

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA**  
**ESCUELA DE COMUNICACIÓN**

**DISERTACION PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN  
CON MENCIÓN EN PERIODISMO PARA PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN**

**“Elementos para la comprensión teórica de los fenómenos  
de interacción comunicativa relacionados a las redes sociales virtuales”**

**MARICARMEN PEÑA MORA**

**DIRECTOR: CARLOS AULESTIA**

**QUITO, 2010**

## **AGRADECIMIENTOS**

Doy muchas gracias...

A mi familia, en especial a mi hermana Marisol por su insistencia y apoyo incondicional

A Fabián Riofrío, por su apoyo y compañía

A Carlos Aulestia, por su ayuda en la dirección de esta disertación

A los lectores León Espinosa y Santiago Páez

Todos han influido en el logro de esta disertación.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I</b>	
Marco conceptual y teórico:	
¿Qué es una red?.....	4
<b>I.1 Marco conceptual</b>	
I.1.1 Internet: nuevas costumbres y valores.....	4
I.1.2 Origen y desarrollo de Internet.....	6
I.1.3 La Web 2.0 y la llegada de las redes virtuales.....	7
I.1.4 Redes sociales virtuales.....	9
I.1.5 La capacidad expansiva de una red.....	11
<b>I.2 Marco teórico</b>	
I.2.1 Interacción y comunicación.....	13
I.2.2 Teoría sistémica aplicada a la comunicación en las redes virtuales.....	16
I.2.2.1 La red como sistema.....	18
I.2.2.1.1 Axiomas de la comunicación.....	19
I.2.3 Otro aporte científico sobre la interacción.....	23
<b>CAPÍTULO II</b>	
La interacción en el mundo virtual.....	26
II.1 ¿Cómo funcionan las redes sociales?.....	26
II.1.2 Elementos comunicativos de las redes virtuales.....	27
II.2 EL Muro.....	29
II.3 Axiomas de la comunicación aplicados a las relaciones en las redes sociales.....	30
II.4 El encuentro comunicativo y la identificación del otro.....	34
II.4.1 Categorización de lo conocido y lo desconocido.....	35
II.4.2 Evaluación de la relación.....	36
II.4.3 Identificación social e identificación de la relación.....	38
II.5 Nuevos conceptos: amigo y novio virtual.....	40
II.5.1 El amor virtual.....	42

II.6 Perfiles de usuarios.....	46
II.6.1 Temas de conversación en las redes virtuales.....	49
 CAPÍTULO III	
Un enfoque analítico.....	51
 III.1 Posturas opuestas	
III.1.1 Discurso anti tecnología/redes sociales.....	52
 III.2 Avatares y proyecciones virtuales del “Yo”.....	54
 III.3 Otras posturas a favor de las redes sociales virtuales.....	55
 III.4 Las redes sociales como medios compensatorios de interacción.....	58
 III.5 Enfoque analítico.....	59
III.5.1 Distinta noción de amistad.....	63
III.5.2 Realidad virtual o virtualidad real.....	66
III.5.3 Comentario final.....	68
 CONCLUSIONES.....	69
ANEXOS.....	73
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.....	77

## **Introducción**

En los últimos años se ha expandido en Internet una serie de espacios llamados redes sociales virtuales, que han logrado “unificar” a individuos sin tener en cuenta factores como la distancia, la cultura y las barreras lingüísticas en algunos casos. Se basa inicialmente en el acercamiento por afinidades o intereses comunes. Estos espacios virtuales crecen cada vez con más rapidez, ofreciendo una mayor gama de mensajes a través de lo digital, lo cual ha desencadenado una serie de importantes cambios en las relaciones interpersonales de la actualidad.

Es por ello, que la presente investigación girará en torno al análisis del funcionamiento de dichas redes y los posibles fenómenos comunicativos que en ellas se generan, específicamente aquellos relacionados a las relaciones interpersonales.

Las redes sociales virtuales han conseguido ser parte fundamental en la interacción de millones de personas en el planeta. Debido a ellas, se ven transformadas las viejas prácticas sociales y formas de comunicación interpersonal, pues generan nuevas prácticas, distintos lenguajes y formas de comunicación y socialización, así como nuevas formas de identificarse.

Las redes sociales virtuales han tenido un desarrollo vertiginoso en los últimos 5 años y cada vez existen más usuarios participando en ellas. Por estas razones se trata de un tema de actualidad y trascendencia social sobre todo en espacios juveniles. Además es un campo de estudio que permite un sin número de análisis y reflexiones desde distintas materias de estudio, como la sociología, antropología, comunicación y psicología.

El objetivo general para la siguiente disertación consiste en describir nuevas formas de relaciones interpersonales generadas por el uso de redes sociales. Para ello será necesario empezar por el análisis de los diversos recursos comunicativos existentes en las redes virtuales, tales como la fotografía, el video, el chat y otros tipos de medios para la mensajería. Partiendo de este punto, será posible más adelante describir y analizar el comportamiento social de los usuarios dentro de estas redes, mediante la definición de varios perfiles de usuarios. Dicho análisis se fundamentará en algunos estudios estadísticos sobre el comportamiento de las personas pertenecientes a estos sitios web, y también en entrevistas

dirigidas a un número determinado de usuarios de Facebook. Debido a que Facebook es actualmente la red social más popular a nivel mundial, se la utilizará como principal referencia y objeto de estudio para esta investigación. De este modo, se podrá verificar si realmente las redes sociales virtuales constituyen en nuevas herramientas que modifican las formas tradicionales de comunicación y socialización.

Para cumplir con los objetivos mencionados, se aplicará como base teórica el enfoque sistémico de la comunicación humana establecido por Paul Watzlawick en su libro *Teoría de la comunicación humana*<sup>1</sup>. Este texto será fundamental en la investigación, pues aportará con los conceptos esenciales para comprender las formas de interacción en las relaciones interpersonales. Los cinco axiomas de la comunicación propuestos por Watzlawick serán puestos a prueba en el proceso de análisis de un medio virtual como es el de las redes sociales. También servirá de base teórica el texto de Alex Mucchielli, *Psicología de la comunicación*<sup>2</sup>, ya que en el libro el autor trata temas referentes a la interacción y las reacciones comunicativas en el encuentro entre personas. Lo establecido en ambos textos se usará como elementos básicos para comparar las relaciones humanas presenciales o físicas con las relaciones generadas en el mundo virtual. La finalidad consiste en examinar si la comunicación en las redes virtuales se asemeja a la presencial o si al contrario difiere mucho de ella; veremos si las formas de expresión e interacción son las mismas.

Estos elementos teóricos para la comprensión de las redes sociales podrían ser útiles para los mismos usuarios, medios de comunicación que quieren abrirse espacio en las redes, empresas interesadas en promocionarse en lo virtual y también ayudaría en espacios académicos. Gran parte de la población mundial forma parte de alguna red y sería interesante poder comprender el por qué de ese fenómeno.

En el capítulo inicial se desarrollará una breve síntesis sobre el origen de los espacios virtuales, a los cuales antecede el nacimiento de internet. A continuación se explicará el desarrollo de las redes como ambientes de comunicación y conectividad dentro del concepto

---

<sup>1</sup> Paul Watzlawick. *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona, Editorial Herder, Quinta edición, 1986.

<sup>2</sup> Alex Mucchielli. *Psicología de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1998.

de la Web 2.0. Finalmente habrá una síntesis sobre la teoría de la comunicación humana y sus axiomas, así como algunos planteamientos de Mucchielli sobre el encuentro comunicativo.

El segundo capítulo consistirá principalmente en emplear las teorías expuestas en el primer capítulo dentro del ámbito comunicativo de las redes virtuales. Pero antes de eso, se desarrollará una explicación sobre el funcionamiento de estos espacios como instrumentos de comunicación y socialización. Después, se aplicarán los axiomas de la comunicación a fenómenos virtuales tales como el chat, el Muro de Facebook, y otros elementos. Luego se verá en qué medida se cumplen los procesos de interacción en el encuentro comunicativo dentro de las redes sociales, al compararlos con los encuentros físicos.

El concepto de amigo y novio virtual, tan debatido hoy en día, será un importante asunto de análisis dentro del segundo capítulo, ya que consisten en relaciones determinantes y fundamentales en el ámbito de la comunicación interpersonal. Veremos en qué manera la noción de amigo o novio se va modificando con la llegada de la comunicación mediada por computadores y cuáles son las teorías que surgen alrededor de este fenómeno. Finalmente, se determinarán los perfiles más comunes de los usuarios de las redes virtuales, los cuales aportarán con una mayor perspectiva al entendimiento de estos medios y su incidencia en los comportamientos comunicativos de las personas hoy en día.

El tercer y último capítulo expondrá una visión y opinión propia sobre el tema pertinente a esta disertación. Se planteará varias interrogantes para el desarrollo de distintas posturas e ideas: ¿Las redes nos comunican o nos aíslan? ¿Son más convenientes las relaciones virtuales que las presenciales? Entre otros cuestionamientos. No solo las relaciones virtuales, sino también la creación de múltiples identidades en el ciberespacio será un tema de análisis en este capítulo de opinión.

A continuación se observará cómo el comienzo del siglo XXI ha sido marcado con la inquietante presencia de la comunicación mediada por ordenadores; en pocos años ha habido cambios vertiginosos, el tiempo y espacio tal y como se entendían hace 20 años son categorías que han quedado abolidas, las formas y medios para relacionarnos unos con otros han cambiado, al igual que el criterio de realidad, pues ahora la virtualidad también es parte de lo que se entiende por realidad.

## CAPÍTULO I

### Marco conceptual y teórico: ¿Qué es una red?

#### I.1.1 Internet: nuevas costumbres y valores

La tecnología, en especial la de comunicaciones, genera condiciones de posibles cambios o fenómenos en lo que respecta a las relaciones humanas interpersonales. Vivimos en sociedades en las cuales los círculos sociales más reducidos como son, la familia y amigos, hasta las grandes naciones, se ven inmersas en nuevas prácticas comunicacionales que ahora forman parte de sistemas organizados en redes virtuales. Gracias a la evolución cibernética que ha avanzado a pasos agigantados en los últimos 10 años se ha desencadenado una nueva era de la información en red, mejor conocida con el término de Web 2.0.

“El medio es el mensaje”. Con esta frase Marshal McLuhan(1964) planteó hace poco menos de 50 años que la información adquiere su poder transformador a través del medio y el contexto por el cual se difunde. Con la inclusión de los medios virtuales, se han transformado las viejas prácticas de socialización y formas de comunicación interpersonal; han surgido nuevos lenguajes en la esfera de lo virtual, así como nuevas formas de identificación y representación de uno mismo. Pero como afirma Manuel Castells en *Sociedad en red vol II* la tecnología por sí misma no determina la evolución histórica y el cambio social, la tecnología (o su carencia) plasma la capacidad de las sociedades para transformarse, así como los usos a los que esas sociedades, siempre en un proceso conflictivo, deciden dedicar su potencial tecnológico<sup>3</sup>.

¿Cómo eran las relaciones sociales antes de la llegada de las comunidades virtuales, blogs y redes de contactos? Los días en que Google o Facebook no existían, resultan difíciles de recordar. Reflexionar sobre el desarrollo de la web ayudaría a comprender hasta qué punto la llegada de Internet ha modificado por completo nuestras vidas.

---

<sup>3</sup> Manuel Castells. *La Era de la Información. Vol. II: La Sociedad Red*. México, Distrito Federal, Siglo XXI Editores, 2002. p 33.



En *Revista On-line* de la Universidad Bolivariana de Chile, con su artículo *Internet, libertad y sociedad* Manuel Castells describe a Internet como una “reacción cultural: refleja los principios y valores de sus inventores, que también fueron sus primeros usuarios y experimentadores. Es más, al ser una tecnología de comunicación interactiva con fuerte capacidad de retroacción, los usos de Internet se plasman en su desarrollo como red y en el tipo de aplicaciones tecnológicas que van surgiendo<sup>4</sup>. Los creadores y desarrolladores de Internet determinaron las pautas para lo que se convertiría en un medio abierto y de difícil control que proyecta valores libertarios. Al darse cuenta la sociedad de la enorme capacidad que representaba Internet, los valores encarnados en la red se difunden en la vida social cotidiana, sobre todo en las generaciones jóvenes. “Internet y libertad se hicieron para mucha gente sinónimos en todo el mundo”<sup>5</sup>.

En los países democráticos, Internet se ha consolidado como un medio esencial de expresión, información y comunicación horizontal entre los ciudadanos y recibe la protección constitucional de las libertades. En estos casos no es posible la exclusión del uso de Internet en la sociedad, mientras que el control de la información por parte de estados no democráticos u otras entidades de poder se vuelve cada vez una tarea con más obstáculos.

Esa libertad que permite internet ha desencadenado una total modificación en las costumbres, especialmente las relacionadas a las comunicaciones. Nos encontramos en un mundo en el que el teléfono celular ya no es sólo un dispositivo electrónico, sino también un elemento cultural que implica desde identidad y pertenencia, hasta estatus social. Un mundo atestado de videojuegos, donde los límites entre *online* y *offline* son cada vez más difusos, incluso podemos hacernos famosos subiendo un video a Youtube.

Pero la Web no solo conlleva valores y costumbres nuevas, sino que moviliza económicamente a grandes empresas, solo hay que ver cómo la enorme cantidad de personas que interactúan las 24 horas en los productos y servicios de Internet, condujo a las tres

---

<sup>4</sup> Manuel Castells. *Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica*. Número 4, Santiago, 2003. p 1.

<sup>5</sup> *Ibíd.* p. 1.

compañías líderes en la materia (Yahoo!, Google y Microsoft) a disputarse un mercado publicitario *online* de 40 mil millones de dólares<sup>6</sup>.

Estos son tan solo ejemplos que ayudan a comprender el vertiginoso crecimiento tecnológico e Internet. Los impactos provocados pueden medirse cuantitativamente, pero lo importante es saber que aquellas cifras son consecuencias del profundo cambio del ser humano en su manera de interactuar con otros. De esto surgen otras formas de contenidos, medios, entretenimiento y socialización.

El tema a tratarse en la siguiente disertación está enfocado a la comprensión de fenómenos comunicativos relacionados a las redes sociales virtuales, por lo tanto es preciso mencionar el proceso que antecede a la formación de dichas redes, para después definirlas y analizarlas.

### **I.1.2 Origen y desarrollo de Internet**

Internet surge como una red informática gracias al desarrollo de la tecnología digital a finales de los años sesenta en el contexto de la Guerra Fría entre EE.UU y la ex Unión Soviética.

En 1969 debido a un plan ideado por el Servicio de Proyectos de Investigación Avanzada del Departamento de Defensa estadounidense (Advanced Research Projects Agency, DARPA) se pone en funcionamiento la primera red llamada ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network), que surge con el fin de evitar la toma soviética de las comunicaciones estadounidenses en caso de una guerra nuclear. Ésta fue la primera red en comunicar toda clase de símbolos: imágenes, sonidos y datos, sin utilizar centros de control. ARPANET terminó convirtiéndose en la base de una red de comunicación global y horizontal de miles de redes, en ese entonces limitada a una élite informática instruida de cerca de 20

---

<sup>6</sup> Leandro Zanoni. *El imperio digital*. Buenos Aires, Ediciones B Argentina S.A. , 2008. p 18.

millones de usuarios durante la década de los 90's<sup>7</sup>. A mediados de esta década, conectaba 44 mil redes informáticas y unos 3,2 millones de ordenadores receptores en todo el mundo y se expandía con rapidez<sup>8</sup>. ARPANET se utilizó también en centros de investigación que colaboraban con el Departamento de Defensa de EE.UU, pero los científicos empezaron a usarla para toda clase de propósitos comunicativos, a tal punto que se hizo difícil separar la investigación de orientación militar a la científica y de charlas personales. Como consecuencia de ello, hubo una división entre ARPANET y MILINET (para aplicaciones militares). También se creó otra red para estudiosos no científicos llamada BITNET. Sin embargo, todas las redes informáticas utilizaban ARPANET como sistema de comunicación y más tarde su nombre se derivó en el conocido INTERNET<sup>9</sup>.

### **I.1.3 La Web 2.0 y la llegada de las redes virtuales**

La Web 2.0 es el tema en auge en la actualidad; al buscar el término en Google, este muestra alrededor de 90 millones de resultados, claramente todavía no existe unanimidad absoluta al momento de definir a la Web 2.0. Inclusive siguen habiendo aquellos que se reusan a darle un significado en particular, con la razón de que no se puede fragmentar a la web en un antes y un después.

El término apareció primero en el libro *Web 2.0: 2003-2008 AC (After Crash)* de Dermot McCormack, pero según muchos, el origen del término proviene de un artículo publicado el 30 de septiembre de 2005 por Tim O'Reilly, de la consultora O'Reilly Media, titulado "What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software". Cuenta el autor que la palabra surgió en el año 2003 en un *brainstorming* en el Media Live Internacional. Un año después, se inauguraba la primera edición de la "Web 2.0 Conference" en San Francisco, Estados Unidos<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> Castells, Op. Cit., p. 32.

<sup>8</sup> Ibíd. p. 378.

<sup>9</sup> Ibíd. p. 384

<sup>10</sup> Zaroni, Op.Cit., p. 28.

Según O'Reilly, la web evolucionó de forma natural hasta convertirse en "2.0": Inicialmente se constituía con el principio básico de enfocarse al usuario, posteriormente atravesaría por una plataforma técnica para múltiples desarrollos de aplicaciones hasta llegar a una etapa en la que el usuario se convirtiese en protagonista, productor, consumidor y difusor de los contenidos y servicios que se generan en la web.

La esencia de la Web 2.0 reside justamente en el tipo de plataforma que ofrece al usuario: cuenta con servicios que permiten manejar y compartir datos fácilmente. Los ejemplos más conocidos son: Gmail, servicio de correo electrónico de Google, Flickr, para alojar, editar y compartir fotografías *online* y Facebook, red virtual de amistades en la que se publican fotos, videos y cuenta con diversas aplicaciones. También están los blogs, bitácoras que recopilan textos y están abiertas a los comentarios de cualquier usuario, y por supuesto las wikis, páginas que pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través de la web y con restricciones mínimas.

Otra de sus características es que genera una "inteligencia colectiva, ya que los servicios adquieren cada vez más valor y utilidad a medida que más usuarios los utilicen"<sup>11</sup>. Un claro ejemplo de esta aseveración es el *enlace* o *link*. Mientras más links tenga un servicio o publicación de un perfil de Facebook o una fotografía, mayor ranking tendrá en los buscadores y como consecuencia captará más usuarios.

Por más plataformas tecnológicas que existan, si los usuarios no colaborasen, la Web 2.0 no tendría ningún valor. Es por eso que el aspecto clave es la participación. El usuario ya no es un sujeto pasivo sino que se ha convertido en emisor y receptor de información. Para esto, también cuenta con la posibilidad de compartir esos contenidos a gran velocidad, gracias a nuevas tecnologías como Javascript, que permite disminuir el tamaño de los datos sin necesidad de instalar ningún elemento.

---

<sup>11</sup> Ibíd. p. 29.

#### I.1.4 Redes sociales virtuales

Dentro de los fenómenos que han alcanzado popularidad global en la era de la Web 2.0 se encuentran las redes sociales. Se puede decir que estamos viviendo un boom de estas redes, ya que, como nunca en la historia alrededor de un 72% de los usuarios de Internet en el mundo son parte de por lo menos una red social, lo que supone un total de 940 millones de personas y va en aumento<sup>12</sup>. El uso de Internet ha propiciado que gente de distintos lugares del mundo con intereses en común puedan conocerse y ponerse en contacto fácilmente, y las redes sociales son la herramienta facilitadora de aquello.

Existen varios tipos de redes sociales virtuales, por lo que se suele clasificarlas de la siguiente manera; de acuerdo al público objetivo:

**Redes verticales:** Éstas normalmente giran alrededor de una temática o contenido en común a todos sus usuarios. Algunos ejemplos son: Fotografía: Flickr, Panoramio, Música: Last.fm, Blip.fm, Vídeo: YouTube, Vimeo, Dailymotion, Joost, Blip.tv .

**Redes horizontales:** En ellas la gente se relaciona en ámbitos mucho más generales. Un ejemplo de ellas son las redes de contactos (Facebook, Tuenti, Twitter) o las redes profesionales (LinkedIn, Xing)<sup>13</sup>.

Así pues, vemos que el término “redes sociales virtuales” abarca algunas categorías.

En términos simples y como afirma David De Ugarte, “si de las redes de que hablamos son las que forman las personas al relacionarse unas con otras, la sociedad siempre ha sido una red”<sup>14</sup>. En la actualidad, no sólo las personas, sino el funcionamiento del mundo entero depende a gran escala de la conexión a través de redes, por ejemplo, el sistema eléctrico,

---

<sup>12</sup> Giles Kike. *Estudio sobre redes sociales en el mundo- 2010*. Internet. <http://www.kikegiles.com/2010/03/estudio-sobre-redes-sociales-en-el.html>>. Acceso: (15 de marzo, 2010).

<sup>13</sup> Fernández Lorena. *Taller de redes sociales virtuales*. Internet. [www.loretahurwikispaces.com](http://www.loretahurwikispaces.com). Acceso: (20 de diciembre, 2009).

<sup>14</sup> David de Ugarte, *El poder de las redes*, El Cobre, 2007, ISBN: 978-84-611-8873-4. p. 23.

Internet, las rutas aéreas, las carreteras. Éstas están formadas por infinidad de pequeñas redes conectadas entre ellas, y cada una de estas contiene nodos individuales que se comportan de un determinado modo y sin los cuales nada de esto tendría sentido<sup>15</sup>.

Partiendo de una explicación teórica sobre las redes sociales, podemos remitirnos a la muy conocida teoría del mundo pequeño, formulada por Stanley Milgram, desarrollada desde un punto de vista sociológico. Milgram afirma que cualquier habitante del planeta puede conectarse con cualquier otro partiendo de un contacto o individuo ya conocido y en no más de seis grados (personas). También es conocida como la teoría de los *Seis grados de separación*. Steven Strogatz y Duncan J. Watts, los primeros que se propusieron validar la teoría de Milgram, dicen que:

Tendemos no tanto a tener amigos como grupos de amigos; cada grupo se asemeja a un pequeño agrupamiento basado en la experiencia, el lugar o los intereses compartidos por sus miembros, y se unen entre ellos por los recubrimientos que se crean cuando los individuos que figuran en un grupo también pertenecen a otros grupos<sup>16</sup>.

En concreto, Strogatz y Watts concluyen que en una red social entramos en contacto con nuevas personas gracias a las anteriores con quienes ya teníamos contacto, de tal modo que los círculos tienden a cerrarse. Además, esas personas que hoy son un contacto nuevo nos pueden llevar a otros contactos mañana. Por ello se podría concluir que una red es algo que está en constante evolución.

Para comprender qué son exactamente las redes sociales en la Internet, se plantea a continuación la definición que escribe Marcelo Zamora en el texto *Redes Sociales en Internet*:

Las redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos<sup>17</sup>.

---

<sup>15</sup> Leiva Javier. *Informe redes sociales*. Internet.

<http://bibumu2.pbworks.com/f/INFORME+Redes+Sociales.pdf>>. Acceso: (14 de marzo, 2010). p.4.

<sup>16</sup> Colaboradores de Wikipedia, *Modelo Watts y Strogatz*. Internet. Wikipedia, La enciclopedia libre, [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Modelo\\_Watts\\_y\\_Strogatz&oldid=35890648](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Modelo_Watts_y_Strogatz&oldid=35890648)>. Acceso: (16 de marzo, 2010).

<sup>17</sup> Zamora Marcelo. *Redes sociales en Internet*. Internet.

[www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/](http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/)>. Acceso: (4 de abril, 2010).

Al hacer referencia a estas redes sociales, estamos hablando en realidad de sitios web que alguien ha creado y desarrollado con una variedad de características enfocadas a la creación de redes. Es decir, que ofrecen la posibilidad de introducir un perfil, conectarlo al de otras personas y así empezar a formar relaciones gracias al intercambio de información, juegos, debates, etc., El objetivo en estos espacios es operar en tres ámbitos de forma cruzada<sup>18</sup>:

- Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos).
- Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).
- Cooperación (nos ayudan a compartir y encontrar puntos de unión)

Si imaginamos una red, lo que sucede es que la mayoría de personas dentro de un grupo comparten amigos. Estos grupos además suelen formarse por un contexto (compañeros de trabajo, un interés específico, etc.), lo que demuestra el carácter circular de las relaciones.

### **I.1.5 La capacidad expansiva de una red**

Pero no basta con formar parte de pequeños grupos de conocidos relativamente cercanos, lo que le da valor a una red es su capacidad expansiva para adherir contactos nuevos. Una manera de explotar esta capacidad es obteniendo un determinado posicionamiento dentro de un círculo de personas/usuarios. Es decir que, a mejor posicionamiento, se genera más facilidad para atraer nuevos nodos que a su vez funcionan de intercomunicadores entre grupos distintos<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Colaboradores de Wikipedia. *Red social*. Internet. Wikipedia, La enciclopedia libre, [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Red\\_social&oldid=42412440](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Red_social&oldid=42412440)>. Acceso: (4 de abril, 2010).

<sup>19</sup> Leiva, Op.Cit. p. 5.

Algunas formas de lograr este tipo de posiciones son por ejemplo: estar constantemente publicando o *posteando*<sup>20</sup>, tener una mayor cantidad de contactos que los demás miembros del grupo, ser aceptado y valorado por un gran número de miembros.

Si un usuario, en cualquier tipo de red virtual, postea con mayor frecuencia que otros, aumenta las probabilidades de que su perfil sea más visitado y en consecuencia este aparecerá dentro de las primeras páginas en buscadores como Google. Se trata de una cadena que va en crecimiento, pues al generar mayor cantidad de contactos, se sumarán más seguidores a la red. Consisten en usuarios hiperrelacionados, por lo tanto pueden ser los encargados de distribuir enlaces y hacer fluir la información que les interese a lo largo de la red. Finalmente está el tema de la aceptación: mientras sea positivamente valorado por un grupo de personas, más difusión tendrá el perfil o la red y esa valoración se extenderá hacia nuevos individuos.

De hecho, como plantea Leiva en su texto *Informe de redes sociales*, este es el mismo mecanismo que genera las modas y las revoluciones: “de repente un movimiento adquiere la fuerza suficiente gracias a la sincronización de elementos individuales y engulle todo lo demás”<sup>21</sup>. Como explica, es el mismo fenómeno que ocurre en los restaurantes de carretera: si vemos varios autos estacionados delante, inmediatamente deducimos que se trata de un restaurante bueno, y si en el restaurante de al lado no hay nadie creemos lo contrario. Así que lo más probable es decidirse a entrar en el primero, de esta manera contribuimos a llenarlo más y a que los siguientes en llegar hagan la misma elección.

Sin embargo, no en todos los casos se puede comparar a una red virtual o protagonista de ella con el ejemplo de los restaurantes. Cabe aclarar que, en la web, la calidad no siempre es sinónimo de popularidad y allí radica lo contradictorio del fenómeno.

---

<sup>20</sup> Españolización de "to post" (enviar, publicar, mandar). Acción de enviar un mensaje a un grupo de noticias o newsgroup. Los mensajes incluidos ya en el servidor son llamados "post" (mensaje, artículo). Definición extraída del Diccionario de Informática Alegsa.com.ar

<sup>21</sup> Leiva, Op.Cit. p. 8.



Susan Jamison-Powell, psicóloga e investigadora en la Universidad Sheffield Hallam, realizó un estudio sobre el comportamiento que tienen y la repercusión que consiguen 75 participantes de Livejournal.com. (sitio de weblog que permite a los internautas mantener un periódico o diario en línea). En sus conclusiones, la experta asegura que la popularidad está relacionada fundamentalmente con la mayor actividad del protagonista<sup>22</sup>. Para llevar a cabo su investigación, Jamison Powell analizó la cantidad de mensajes publicados por estas 75 personas, el tono de éstos, la evaluación que hacen de ellos el resto de los encuestados y la cantidad de seguidores o "amigos" que alcanzan en las redes sociales.

"Cuanto más contribuye una persona, más atractiva le resulta al resto de los miembros de su comunidad. El factor más importante ha resultado ser el número total de palabras que cada uno ha aportado", comenta Susan Jamison. Menciona también el caso de políticos que tienen una presencia constante en redes como Twitter. Afirma que ellos tienen más seguidores *followers* y también un perfil más exitoso entre su comunidad. El estudio permitió revelar que el tono de los mensajes o posts que aportan los usuarios no tiene incidencia en su influencia en internet. "Concluimos que, para que una persona sea popular, lo que realmente importa es la cantidad, no la calidad", confirma la investigadora.

## **I.2 Marco teórico:**

### **I.2.1 Interacción y comunicación**

Ya se ha explicado en qué consisten las redes sociales virtuales, desde sus antecedentes en el surgimiento de la Internet hasta la creación del concepto de Web 2.0, tan en auge en nuestros días, mediante el cual han surgido diversidad de sitios virtuales para compartir la información.

Hasta el momento, se han examinado las características generales de lo que implica el actual funcionamiento de la virtualidad desde una perspectiva social, es decir cómo este

---

<sup>22</sup> Universidad Sheffield Hallam. *La cantidad hace popular en las redes sociales*. Internet. [www.233grados.com/blog/2010/04/influencia.html](http://www.233grados.com/blog/2010/04/influencia.html)>. Acceso: (19 de abril, 2010).

proceso ha afectado los medios con los cuales nos comunicamos en la cotidianidad, pues han cambiado significativamente con la llegada de la Internet. A continuación, después de haber comprendido la situación actual de la web y las redes sociales, es de principal interés en esta disertación hacer un análisis sobre la interacción en las relaciones humanas dentro de estos sitios virtuales.

Probablemente sería más sencillo comprender el comportamiento de los nodos (refiriéndonos así a los usuarios/personas) de manera individual; sin embargo, para un análisis comunicativo, es de mayor interés comprender cómo actúan y se desarrollan esos nodos cuando interactúan conjuntamente en una red: ¿cómo se conectan entre ellos?, ¿qué probabilidades tienen de relacionarse y cómo se comportan cuando están conectados unos con otros?

Desde sus orígenes, la comunicación se ha estudiado casi exclusivamente en relación a los medios masivos de difusión. Pero en principio, el término comunicación hace referencia a la puesta en relación, el compartir y la unión. Es un tanto escasa la presencia de investigaciones acerca de esta perspectiva, según Jesús Galindo, “la interacción cara a cara y todo lo demás no mediático no es comunicación en un sentido oficial”<sup>23</sup>. Es por ello que es pertinente reflexionar acerca de la comunicación como interacción.

Es un hecho, que los seres humanos establecen relaciones con los demás por medio de interacciones que pueden suceder también en el espacio virtual y ser calificadas como procesos sociales. Así, la interacción permite la existencia de redes de relaciones sociales virtuales inmersas en la vida cotidiana, además de la comunicación cara a cara.

Siendo la interacción la base de las relaciones humanas, ésta puede ser considerada uno de los aspectos más importantes para comprender los fenómenos comunicativos.

---

<sup>23</sup> Galindo Jesús. *Sobre comunicología y comunicometodología. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible*. Internet. [www.geocities.com/arewara/arewara.htm](http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm)>. Acceso: (20 de Febrero, 2010).

En términos generales, la interacción puede ser entendida como la acción recíproca entre dos o más sujetos, objetos o agentes<sup>24</sup>. Yendo más allá, al margen de qué o quién inicie el proceso de interacción, lo interesante es destacar que el resultado es siempre la modificación de los estados de los individuos participantes.

Desde la psicología social, la interacción se ha abordado sobre todo a través de reflexiones sobre la comunicación interpersonal, término que se contrapone a la comunicación mediada. Desde esta perspectiva, la comunicación interpersonal funciona siempre en dos direcciones: emisor y receptor que son los participantes en el proceso de interacción. Sin embargo, autores como Joan Costa proponen otro tipo de dimensión comunicacional de interacción. Esta consiste en la comunicación interpersonal caracterizada por la distancia física entre sujetos: “Es una intercomunicación lejana en la cual no hay cara a cara y el contacto personal requiere mediadores técnicos y sistemas interpuestos como el teléfono, el correo postal o electrónico”<sup>25</sup>. Se trata de una comunicación mediada, en la que intervienen cada vez más factores tecnológicos: en este tipo de interacción se interponen las redes virtuales con toda una gama de herramientas que ayuden a la conectividad entre individuos y a la inmediatez.

La comunicación interpersonal ha sido tratada sobre todo desde las perspectivas de la teoría sistémica, la cibernética, y los aportes de otras ciencias sociales como la psicología. A continuación, se presentará una breve explicación sobre la interacción vista desde una perspectiva sistémica, la cual será de suma relevancia para el análisis de la comunicación interpersonal en las redes sociales virtuales.

---

<sup>24</sup> “*Interacción*”. Diccionario Enciclopédico Océano Uno. Barcelona, Ed.Oceano, 1989.

<sup>25</sup> Costa Joan. *Qué es la comunicación*. Internet. <http://www.terra.es/personal3/jcostass/cdi1.html>>. Acceso: (3 de abril, 2010).

## **I.2.2 Teoría sistémica aplicada a la comunicación en las redes virtuales**

Entendemos como Teoría de los Sistemas, aquella que surge en medio de otras ciencias como apoyo para el estudio de cualquier sistema, independientemente de su naturaleza u origen. El enfoque se realiza tomando al sistema como un todo, con sus componentes específicos, relaciones, objetivo, naturaleza, etc.

La Teoría sistémica es utilizada para conocer o explicar la realidad o una parte de ella (los sistemas) en relación al medio en el que se desarrolla.

Para el estudio de la comunicación humana es conveniente aplicar esta ciencia del comportamiento conocida como enfoque interaccional o sistémico. Su origen se nutre de campos como la ingeniería de las comunicaciones, la cibernética, la antropología y la teoría de los sistemas<sup>26</sup>. Estas ciencias se centraban sobre todo en el análisis de las condiciones ideales para la transmisión de información, o por otra parte, estudiaban las características de los medios de comunicación masivos. Pero es gracias a diversos investigadores del Mental Research Institute de Palo Alto California que se fue perfilando la base conceptual del modelo interaccional de la comunicación humana, enfocado al “estudio de la interacción tal cual se da de hecho entre seres humanos”<sup>27</sup>.

Al analizar la comunicación desde un punto de vista sistémico, se la considera como un conjunto de elementos en interacción, donde cualquier modificación en uno de ellos altera las relaciones entre otros elementos. En el enfoque sistémico se plantea la necesidad de tomar en cuenta el contexto de la situación comunicativa. Según Alex Mucchielli “una acción, una comunicación, es decir, una interacción, si se analiza por sí misma carece de sentido”, de tal modo que un individuo y sus acciones “no se pueden analizar más que en el sistema en el que se realizan”<sup>28</sup>.

---

<sup>26</sup> Paul Watzlawick. *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona, Editorial Herder, Quinta edición, 1986. p. 12.

<sup>27</sup> *Ibíd.* p. 12.

<sup>28</sup> Alex Mucchielli. *Psicología de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1998. p. 42.

El enfoque sistémico consiste en un punto de partida para analizar los procesos de comunicación interpersonal mediante el concepto de interacción. Desde la Escuela de Palo Alto, los investigadores plantearon tres hipótesis para estudiar la comunicación como un proceso permanente: la primera propone que la esencia de la comunicación reside en procesos de relación e interacción; la segunda señala que todo comportamiento humano tiene un valor comunicativo, por lo tanto es imposible no comunicar; y la tercera y última, enfocada más en el ámbito de la psicología, argumenta que las perturbaciones psíquicas reflejan trastornos en la comunicación<sup>29</sup>.

Esta corriente de estudio busca comprender el fenómeno de la comunicación interpersonal de una manera circular, pues incluye todos los procesos a través de los cuales los individuos se influyen unos a otros.

Cabe mencionar la diferencia entre la comunicación interpersonal vs la intrapersonal y la mediática: la comunicación interpersonal consiste en la interacción entre dos personas o entre un grupo reducido, mientras que la intrapersonal se produce en el interior de los individuos, el objetivo de esa comunicación es conocerse a sí mismo. Finalmente la comunicación mediática, se origina cuando el mensaje es trasladado del emisor al receptor por un intermediario. Estos mediadores pueden ser muy variados, pero al hablar de este tipo de comunicación normalmente se hace referencia a aquella intervenida por un medio de comunicación, sea prensa, radio, o televisión.

En este análisis intervendrán la comunicación interpersonal dado los motivos expuestos anteriormente, y se estudiará esta forma de comunicación con reflejada en un medio, en este caso, la Internet y las redes virtuales.

---

<sup>29</sup> Estas premisas forman parte de los denominados "Axiomas de la comunicación" explicados en *Teoría de la comunicación humana*.

### **I.2.2.1 La red como sistema.**

Para indagar sobre este punto, a lo largo de esta disertación se concebirá a las redes sociales de encuentro como sistemas de interacción, tal y como son la familia, el colegio o cualquier grupo de personas, estas redes se construyen y funcionan con una gama específica de códigos y reglas en su organización. Sin embargo, antes de entrar directamente a un análisis de fenómenos comunicativos en las redes virtuales, cabe explicar por qué la interacción puede ser vista como un sistema.

Para empezar, ¿qué es un sistema?

Utilizando la definición de Hall y Fagen se puede decir que un sistema es “un conjunto de objetos así como de relaciones entre objetos y entre sus atributos”, en el que los objetos son componentes del sistema, los atributos son las propiedades de los objetos y las relaciones y “mantienen unido al sistema”<sup>30</sup>. Así que los objetos pueden ser los seres humanos individuales y los atributos son sus conductas comunicacionales.

En este caso de estudio, no es de principal interés el contenido de la comunicación en sí, sino el aspecto relacional de la comunicación entre personas, como lo explica Paul Watzlawick en su libro *Teoría de la comunicación humana*. Pues “los sistemas interaccionales serán dos o más comunicantes en el proceso de definir la naturaleza de su relación”<sup>31</sup>.

Es evidente que la comunicación es una condición esencial de la vida humana y el orden social. Desde el comienzo de su existencia el ser humano participa en un proceso de adquisición de reglas de comunicación, ignorando casi totalmente en qué consisten esas reglas. Casi de la misma forma como aprendemos un lenguaje, a hablarlo y escribirlo siguiendo normas sintácticas, gramaticales, etc, dentro de una red virtual también se adoptan códigos de comportamiento para entablar y mantener relaciones, sin estar plenamente al tanto de ellos.

Como podemos ver, el concepto de sistema es aplicable en cualquier nivel de la realidad; y en el caso de las redes sociales, precisamente lo que se busca es entablar vínculos comunicativos, por lo tanto la teoría es pertinente. En el mundo virtual están involucrados

---

<sup>30</sup> Watzlawick, Op.Cit. p. 117.

<sup>31</sup> Ibíd. p. 117.

individuos con sus respectivas conductas y organizados de una u otra forma, por lo tanto estos sitios también pueden ser analizados aplicando los axiomas de la comunicación propuestos por Watzlawick. Mediante esta base teórica se estudiará las particularidades de las relaciones virtuales en las redes.

#### **I.2.2.1.1 Axiomas de la comunicación.**

La comunicación posee algunas propiedades de naturaleza axiomático (propuestas por Beavin, Jackson y Watzlawick) que tienen consecuencias fundamentales para el estudio de las relaciones.

Las características de un axioma son: indemostrabilidad y evidencia. Por lo tanto, es un enunciado básico que se establece sin necesidad de ser demostrado. A continuación se enumerarán los cinco axiomas que consisten en propiedades simples de la comunicación que encierran consecuencias interpersonales básicas:

1. Es imposible no comunicarse.
2. Toda comunicación tiene un aspecto de contenido y un aspecto relacional, tales que el segundo clasifica al primero y es, por ende, una metacomunicación.
3. La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación ente los comunicantes.
4. Los seres humanos se comunican tanto digital como analógicamente.
5. Todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según que estén en la igualdad o en la diferencia.

El primer axioma debe ser entendido literalmente: en una relación es imposible no comunicarse. Es preciso comprender que comunicación es sinónimo de comportamiento, en la medida que todo lo que hace una persona en presencia de otros posee el valor de un mensaje.

Cada comportamiento, consciente o no, intencional o no, puede ser interpretado y es, por tanto, un mensaje<sup>32</sup>. Este influye sobre los demás, que a su vez no pueden dejar de responder a tales comunicaciones y por lo tanto también comunican.

El segundo axioma, establece que una comunicación no solo transmite información sino que impone conductas<sup>33</sup>. Estas dos operaciones se conocen como los aspectos “referenciales” y “conativos” según Bateson. El lado referencial de un mensaje transmite información, por lo tanto en la comunicación humana es sinónimo de *contenido* del mensaje. Mientras que el aspecto conativo se refiere a qué tipo de mensaje debe entenderse que es, lo cual representa al tipo de *relación* entre los comunicantes. En otras palabras: las personas que se comunican, junto con intercambiar información, establecen algún tipo de relación.

Descifrar un mensaje, o comprender un comportamiento, presupone que se sepa en qué marco entra. Por ejemplo, si una mujer se desviste delante de un hombre, el sentido no es el mismo entre amantes, en un escenario de un teatro o en el consultorio del ginecólogo. Finalmente, el aspecto relacional resulta idéntico al aspecto de metacomunicación (cuando se comunica algo acerca de la comunicación). En este caso el nivel meta-comunicacional se establece mediante indicadores contextuales y comportamientos no verbales, y actúa como indicación respecto al modo como debe entenderse el contenido que se transmite<sup>34</sup>.

Sobre el tercer axioma: La naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación entre los comunicantes. Una serie de comunicaciones es una secuencia ininterrumpida de intercambios, sin embargo, en la interacción se da una puntuación de la secuencia de hechos, dice Watzlawick basándose en los estudios de Gregory Bateson y Beavin Jackson.

La idea de esta afirmación consiste en que las personas hacen interpretaciones de un momento comunicativo o una relación, ordenando los hechos en secuencias coherentes aunque arbitrarias. Es evidente que no existe un solo modo de puntuar la realidad y puede haber tantas

---

<sup>32</sup> Otero & López. *Manual de Teoría de las Comunicaciones*. Internet.  
<http://www.lapaginadelprofe.cl/axiomas/axiomas.htm>>. Acceso: (1 de mayo, 2010).

<sup>33</sup> Watzlawick, Op.Cit. p. 52.

<sup>34</sup> *Ibíd.* p. 55.



puntuaciones como comunicantes. Aquí entra en cuestión el tema del significado de los distintos puntos de vista de la realidad que surgen.

Veamos el ejemplo propuesto por Watzlawick: la mujer regaña al marido y éste se retrae. La mujer vuelve a regañarlo porque está retraído y el marido vuelve a retraerse porque lo regañan. Esto puede seguir indefinidamente, pues ambos están encerrados en un diálogo reiterativo: “te regaño porque te retraes” y “me retraigo porque me regañas”<sup>35</sup>. Los hechos aparecen como causas o efectos según quien los perciba.

En cuanto al cuarto axioma, se establece que existe una comunicación digital y una analógica entre seres humanos. Estos dos modos aparecen también en las computadoras: lo digital se refiere básicamente a calculadoras que trabajan con dígitos, sin embargo, no hay nada parecido a “cinco” en el número cinco. Por lo tanto, en el caso de la comunicación humana, lo digital se refiere a signos que representan arbitrariamente objetos o eventos. El ejemplo más característico de esto es el lenguaje verbal: no existe ningún motivo por el cual las cinco letras “p e r r o” denotan a un animal particular, se trata solo de una convención semántica. Este tipo de comunicación es de particular importancia al momento de compartir información acerca de objetos, pero es la comunicación analógica la que ocupa el área de la relación.

En lo analógico, sí existe algo particularmente “similar a la cosa” en lo que se utiliza para expresarla. Simplemente consiste en todo lo que sea comunicación no verbal: postura – proxemia–, gestos, expresión facial –kinesia–, la inflexión de la voz, el ritmo.

“La comunicación analógica tiene sus raíces en períodos mucho más arcaicos de la evolución y por lo tanto, encierra una validez mucho más general que el modo digital de la comunicación verbal relativamente reciente y mucho más abstracto”<sup>36</sup>.

Utilizando el caso de la relación entre ser humano y animal; hay quienes creen que los animales comprenden lo que se les dice. Evidentemente entienden, no el significado de las palabras, sino el caudal de comunicación analógica que acompaña al habla. Esta comunicación se centra en aspectos relacionales en los que el lenguaje digital casi carece de significado.

---

<sup>35</sup> Ibíd. p. 58.

<sup>36</sup> Ibíd. p. 63.

Ocurre en muchas situaciones de la vida humana, como en el galanteo, o en el trato con niños muy pequeños por ejemplo.

Como se expuso anteriormente, toda comunicación tiene un aspecto de contenido y otro relacional y ambos se complementan entre sí. En este caso, lo relativo al contenido se transmite de forma digital mientras que en lo relacional predomina lo analógico.

Sin embargo, la comunicación analógica implica muchas ambigüedades. Al igual que en las computadoras, lo análogo nunca puede ser más que aproximaciones a los valores reales. Por ejemplo, en el caso de los humanos: hay lágrimas de tristeza o de alegría, el puño apretado puede indicar agresión o control, una sonrisa puede transmitir simpatía o hipocresía<sup>37</sup>.

En síntesis, según Watzlawick, aunque los códigos digitales son muy limitados en vocabulario para los contextos del relacionamiento, los códigos analógicos son tan ambiguos e imprecisos que es necesario traducirlos a un código digital para hablar del relacionamiento con cierta precisión. Más adelante, en el siguiente capítulo, se analizará en qué modos están presentes o ausentes estas dos formas de comunicación dentro de los espacios virtuales, específicamente en las redes sociales.

Finalmente, el quinto axioma plantea que todo intercambio comunicativo está incluido en las categorías de interacción simétrica o complementaria. También puede describirse a este punto como: relaciones basadas en la igualdad o en la diferencia. En el primer caso, los individuos tienden a igualar su conducta recíproca, así su relación se considera simétrica. Es decir que existen idénticos deberes y derechos, tanto la persona A como la B pueden, indistintamente, tomar decisiones, criticar y comentar la conducta del otro, dar consejos y proponer alternativas. Este tipo de relación es frecuente entre compañeros de curso, de trabajo, o amigos.

En el segundo caso, los participantes no comparten un mismo comportamiento. Estas relaciones se basan en la diferencia máxima, la conducta de uno complementa siempre al conducta del otro. Uno de los participantes de la comunicación ocupará siempre una posición superior o primaria mientras el otro ocupa la posición inferior o secundaria. Las relaciones

---

<sup>37</sup> Ibíd. p. 67.

complementarias pueden estar establecidas por contextos culturales o sociales, como en el caso de madre, e hijo, maestro y alumno, sacerdote y fieles. Cabe destacar que ambas conductas, aunque diferentes, tienden cada una a favorecer a la otra, están interrelacionadas. “Ninguno de los participantes impone al otro una relación complementaria, sino que cada uno de ellos se comporta de una manera que presupone la conducta del otro, al tiempo que ofrece motivos para ella: sus definiciones de la relación encajan”<sup>38</sup>.

En conclusión, vemos que la teoría de la comunicación humana basada en un enfoque sistémico puede ser aplicada a las transacciones que suceden dentro de las redes virtuales, pues lo que interesa es conocer la interacción entre los miembros, sus modos de relación y las reglas que rigen esas relaciones. Por lo tanto el analizar los por qué en las relaciones, las cuestiones intrapsíquicas, como consecuencia de aplicar el modelo causa-efecto, no será de ningún interés dentro de este enfoque. Las conductas de los individuos serán interpretadas en función de la influencia que posean en relación con el sistema.

### **I.2.3 Otro aporte científico sobre la interacción**

En los intercambios comunicativos de los seres humanos está implícita la psicología, pues es el centro de numerosas problemáticas en este aspecto. Cabe explicar, que no es de principal interés en esta disertación analizar la comunicación interpersonal en las redes virtuales desde una perspectiva psicológica, sin embargo Alex Mucchielli en su libro *Psicología de la comunicación humana* aporta con ciertos rasgos esenciales que ayudan a comprender la interacción entre personas. Es por ello, que para el presente estudio se tomará como base teórica los planteamientos de Mucchielli sobre el encuentro comunicativo: ¿Cuáles son los comportamientos del ser humano al momento de entablar encuentros con otros individuos?, a diferencia de la comunicación cara a cara, ¿cómo se desempeñan esos comportamientos en el contacto virtual en las redes sociales? Son las principales interrogantes que se desarrollaran más adelante.

---

<sup>38</sup> Ibíd. p. 70.

En sí mismo, el encuentro constituye una situación límite de la comunicación. ¿Qué pasa entre los interlocutores en el encuentro? ¿cómo se presenta cada uno de ellos? ¿cómo “descodifica” cada uno de ellos al otro? ¿cómo se acopla el intercambio?<sup>39</sup>

Mucchielli responde paso a paso estas interrogantes basándose en el pensamiento de que la comunicación se manifiesta ante todo como un intercambio verbal casi intuitivamente. Pero el objetivo es estudiar si estos planteamientos se aplican a la comunicación interpersonal en las redes virtuales, para ello se expondrá una breve síntesis sobre el estudio del encuentro comunicativo de este autor.

Según Mucchielli, la primera situación que sucede en el momento de la interacción es la de tener una reacción determinada frente al que se acerca. Sea cual fuere dicha reacción, positiva o negativa, estará definida principalmente por el sentido de la vista. Todos los seres humanos tenemos reflejos y predisposiciones ante la llegada de otro sujeto con el que se desarrollará una comunicación. Inmediatamente y casi de manera inconsciente, las personas categorizamos a quien llega como conocido o desconocido, es una forma de categorización totalmente primitiva.

Todos desarrollamos un aprendizaje social, que consiste en acumular un gran número de conocimientos e informaciones, que nos permitirán definir los elementos de nuestro entorno. De esta manera, podemos “localizar rápidamente a las cosas normales al descodificarlas como conocidas”,<sup>40</sup>. Son necesarias las normas de comportamiento, pautas conocidas, para aceptar al otro como conocido.

Después de haber identificado al otro como conocido/desconocido, el siguiente paso es la categorización de bueno/malo que uno mismo hace de las actividades de quien llega. Es en este punto del encuentro en el que se evaluará la naturaleza de la relación que se va a mantener. La definición de bueno o malo siempre se realiza en relación con uno mismo, es decir que es de carácter egocéntrico, pues al otro se lo comparará acorde al comportamiento y valores de uno. Principalmente se da una evaluación de intenciones, las cuales estarán determinadas según señales paralingüísticas.

---

<sup>39</sup> Mucchielli, Op. Cit. p. 171.

<sup>40</sup> Ibíd. p. 173.

Partiendo de estos procesos de clasificación que suceden en el encuentro comunicativo, Mucchielli propone tres posibles modos de identificaciones: identificar con un conjunto cultural, con un grupo o en relación a nuestra propia psicología<sup>41</sup>. Normalmente los tres niveles actúan a la vez, pues los seres humanos estamos sumergidos en el triple contexto de la sociedad, de nuestras relaciones individuales y de los grupos a los que pertenecemos.

La primera es denominada por el autor “identificación social”: En este nivel, el individuo toma conciencia del estatus y rol del otro y así lo clasifica en categorías culturales. Mientras que la denominada “identificación de relación” se da mediante un juego de interacciones en el que cada interlocutor intenta realizar sus intenciones. Tomando el ejemplo del mismo autor: Mirar a menudo a alguien significa que queremos hablar con él, ya que en nuestra cultura no está bien visto mirar fijamente. El “ligón” puede mirar fijamente a la mujer que le interesa, ella por su parte puede responder negativamente ignorando su mirada o también puede reaccionar con una mirada de seducción. Se puede ver que en este momento también intervienen mayoritariamente señales paralingüísticas. Finalmente se concluye que es inevitable situar al otro en relación con uno mismo<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> Ibíd. p. 176.

<sup>42</sup> Ibíd. p. 177.

## **CAPÍTULO II**

### **La interacción en el mundo virtual.**

#### **II.1 ¿Cómo funcionan las redes sociales entendidas como relaciones interpersonales?**

El ser humano ha creado desde sus orígenes sistemas de convivencia basados en el grupo y en la comunidad y hoy más que nunca la composición de los tejidos sociales pasa a ser un tema que se extiende a nivel *online* en la vida de las personas. Se trata de las nuevas formas de comunicación que permiten las redes sociales virtuales, ofrecen un nuevo escenario para la reflexión sobre las relaciones interpersonales. Visto como un fenómeno en auge, los usuarios de estas redes expresan que actualmente es casi “necesario” incorporarse a ellas: hay casi un sentimiento de imposición, de obligación social: “Si no estás es como si no existieras”, “Si no estás dentro, estás fuera...., pero del todo”<sup>43</sup>. El protagonismo de las comunidades o redes *online* es enorme, está presente prácticamente en todo lo que se denomina Web 2.0: blogs (wordpress, blogger, lacoctelera,...) y microblogging (twitter...), mail y mensajería instantánea, espacios de afinidad (myspace, facebook...), de pareja (meetic, match,...), profesionales (linkedin, Xing,...), compartición de contenidos (youtube, flickr, wikipedia,...). La estructura de estos sitios funciona como sistemas de comunicación colectiva, dado que existen muchos computadores enlazados en red y los mensajes se transmiten a un público amplio e indeterminado en número y características. Pero también poseen condiciones para una comunicación personalizada, principalmente aquellos enfocados a crear redes de contactos.

Los límites conceptuales que se han trazado para esta disertación se circunscriben al estudio de la comunicación en la modalidad de interacción interpersonal mediatizada por el sistema de redes sociales en Internet, como es el chat y otras herramientas comunicativas disponibles en la red. Es necesario descifrar cuáles son los componentes comunicativos que se manejan en estos espacios, para así poder comprender cómo se establecen vínculos de diversa

---

<sup>43</sup> The Cocktail Analysis. *Observatorio de Redes Sociales*. Internet. [www.tcanalysis.com](http://www.tcanalysis.com)>. Acceso: (20 de marzo, 2010)

índole entre individuos, a diferencia de los concebidos en espacios cotidianos no virtuales. Para esto, el análisis se centrará en el estudio específico de los sitios web de encuentro, aquellos utilizados para crear un círculo de amistades o buscar pareja. Se tomará como referencia a la red social Facebook, ya que es la más popular hoy en día con más de 500 millones de usuarios en todo el mundo (según el sitio Alexa.com).

### **II.1.2 Elementos comunicativos de las redes virtuales**

Para José Luis Orihuela, un periodista y experto en comunicación y nuevas tecnologías, "la red social, cuando funciona basada en Internet, es una amplificador y optimizador del funcionamiento y la utilidad de las redes sociales en el mundo físico", dice. "En el mundo físico todos estamos inmersos en distintas redes sociales, desde la familia, que es la primera red social, los vecinos, los amigos, los compañeros de colegio, de trabajo, de deporte... Solamente que nuestras relaciones en esas redes sociales están establecidas a partir de los vínculos de primer nivel", agrega Orihuela.

Para empezar, cabe explicar el propósito de tales redes: Su principal función consiste en ser buscadores de gente. Tomando el ejemplo del slogan de Facebook: "Facebook te ayuda a comunicarte y compartir con las personas que conoces." Esta simple frase, sugiere que ya no es suficiente la comunicación entablada en el ámbito presencial o incluso mediante elementos tecnológicos adicionales como el teléfono o el celular, ni siquiera a través el correo electrónico. Sino que las redes sociales proponen ayudar a encontrar antiguos contactos y crear nuevos, por lo tanto el "estar conectados" viene de la mano con la idea de "estar comunicados".

Según Eduardo Villanueva, en su libro *Comunicación interpersonal en la era digital*, "Estos servicios tienen como única lógica permitir ser conocidos mediante un ejercicio exhibicionista con la creación de una imagen atractiva y que convoque a extraños"<sup>44</sup>. Es así

---

<sup>44</sup> Eduardo Villanueva Mancilla. *Comunicación interpersonal en la era digital*. Bogotá, Ed. Norma, 2006. p. 40.

como parte del atractivo de las redes de contactos es que la virtualidad hace posible pretender, exagerar u ocultar características para hacerse más atractivo frente a un grupo.

Para formar parte de una red, se requiere ingresar datos personales, así como también detalles del tipo "películas preferidas" o "libros favoritos", además de fotografías y videos, que de cierto modo colaboren a construir nuestra identidad virtual, la cual, puede ser real o ficticia. Enseguida la red comienza a "sugerir" contactos, que son generalmente personas a las que uno ha escrito correos electrónicos. De esta manera, se va creando una lista de personas quienes tendrán más o menos acceso a la propia página, dependiendo del grado de confianza que exista. Una vez que nuestra "lista de amigos" está hecha, entonces podemos dar paso a la vida social *online*.

La red ayuda a comunicar a la gente ofreciendo una amplia gama de diversos servicios que facilitan la conectividad entre las personas; son grandes compiladores de aplicaciones que antes los usuarios utilizaban de forma dispersa: mensajería, chat, blog, sistemas para compartir fotos, videos. Ahora está todo integrado en una misma interfaz.

El servicio de mensajería en estas redes logra de cierto modo suplantar a las páginas web tradicionales que ofrecen tan solo el servicio de correo electrónico, ejemplo Hotmail, Gmail, etc. En la medida que éstas se popularizan más y el número de contactos crece, el correo electrónico tiende a convertirse en una herramienta de uso profesional o para compartir información con contactos más cercanos, mientras que dentro de las redes sociales aumenta el uso del correo para enviar cualquier tipo de mensajes, generalmente con un tipo de lenguaje informal, pues los usuarios tratan entre "amigos" en un sitio que simula un entorno cotidiano. Incluso podría verse como una mensajería "más instantánea" o efectiva dado que en ciertos círculos se acostumbra a dedicar más horas diarias a revisar las redes sociales en comparación a las veces que se revisa el correo electrónico. En el caso del chat, este consiste una opción de comunicación inmediata, su uso es muy concreto: chatear con el grupo de amigos y conocidos, en ocasiones se usa como sustituto del celular<sup>45</sup>.

---

<sup>45</sup> The Cocktail Analysis, Op.Cit.



El siguiente elemento comunicativo, y quizá uno de los más significativos en las redes sociales, es el de la opción de publicar fotos. Dado que estos sitios requieren la creación de un perfil, este se construye en gran medida por las fotos que los usuarios muestran de ellos mismos o de su vida social. Las fotografías, en estos casos, cumplen la función de “¿cómo me muestro ante los otros?”, pues en gran parte las imágenes suelen ser del propio usuario o él/ella con sus amistades. Existe la opción de comentar cada una de las fotos, propias o de los otros contactos, es así como se generan pequeñas conversaciones alrededor de ellas.

Las redes también ofrecen la posibilidad de publicar videos. Los usuarios tienen la opción de compartir enlaces de Youtube.com u otras páginas de video *online* sobre todo con el propósito de mostrar sus gustos, intereses o también con la finalidad de promocionarse artísticamente. Son tres las principales funciones del video en las redes sociales: informar, motivar, entretener, siendo la última quizá la más utilizada. En las redes se desarrolla de gran manera el fenómeno del video viral<sup>46</sup>, su esencia radica en que su contenido sea tan atractivo como para que los mismos consumidores se tomen el tiempo para compartirlo con sus contactos como si se tratase de un virus.

Todos los elementos mencionados consisten en herramientas para la comunicación entre usuarios, cada uno de ellos tiene su relevancia dentro del sistema.

## **II.2 EL Muro**

En el caso de la red Facebook existe un importante elemento comunicativo: el “Muro”. Es una sección que muestra el registro de conversaciones que mantiene un usuario con otros, es básicamente donde se encuentra la información de las acciones y conducta de cada usuario: todas las operaciones que realice en la red se publicarán instantáneamente en el Muro y podrán ser conocidas por mis contactos. Funciona como una hoja donde los demás pueden escribir comentarios públicos con la opción de ser respondidos. También da la opción de publicar “el estado” de cada usuario, este espacio se utiliza generalmente para escribir estados de ánimo

---

<sup>46</sup> Rivero Jiménez Javier. *Funciones del video online*. Internet.  
<http://www.xavs.es/2009/05/26/funciones-video-online/>>. Acceso: (5 de junio, 2010).

(aquí se hace mucho uso de los emoticones), pensamientos breves e incluso para compartir enlaces a otras páginas web.

Se trata de un espacio dado para la interacción entre usuarios o “amigos” (término utilizado para referirse a los contactos en dicha red social). Consiste en un vaivén de conversaciones mínimas, el área más importante mediante en la que el usuario puede comunicarse con los demás.

El lenguaje que se maneja en el Muro es de carácter breve y sintético. Jamás se lo utiliza para mantener largas conversaciones o debates, sino tan solo para generar comentarios relativamente triviales: saludos o felicitaciones; sin que exista la obligación o compromiso de ser respondidos. Estas características se prestan en este medio debido a su carácter público, a diferencia del correo electrónico en donde se puede tratar temas de índole más íntimos y extensos por ser un medio privado de comunicación.

De cierto modo, el Muro se asemeja a un muro cualquiera ubicado en la ciudad a la merced de ser graffiteado. Allí se plasman pensamientos cortos que son leídos por el transeúnte en un lapso corto, pues el sujeto receptor transita ante dicho muro, lo lee y sigue su camino. Precisamente, el comportamiento de la persona que entra a revisar el Muro de un contacto en Facebook, es el de leer brevemente y alejarse en caso de que no tenga intenciones de agregar contenidos o conversaciones a esta página. No refleja una comunicación personalizada entre dos sujetos, sino más bien una conversación dispuesta a ser vista por X número de observadores.

### **II.3 Axiomas de la comunicación aplicados a las relaciones en las redes sociales**

Según el primer axioma propuesto en la Teoría de la comunicación, los seres humanos siempre estamos comunicando. En el caso del Muro de Facebook, el axioma se cumple tanto en el caso del usuario que constantemente hace publicaciones, como en aquel que no las hace. El hecho de no utilizar esta herramienta para publicar pensamientos, o responder a

comentarios de otros es también una actitud comunicativa: “no me interesa responder los mensajes”, “no me comunico a través del muro con mis amigos”.

Sucede lo mismo en el caso del chat. Este medio, presente en muchas redes sociales de afinidad o contactos, ofrece una interacción inmediata por medio de mensajes escritos. En todo chat existen las opciones de situarse como: conectado/disponible, ocupado, ausente y desconectado. Estas cuatro señales comunican a los demás usuarios nuestro estado, por lo tanto, aunque no se “converse” directamente con los contactos, todo el tiempo se está comunicando algo. Incluso el estado de “desconectado”, que implica estar incomunicado, transmite el mensaje de “estoy incomunicado” o simplemente “no estoy”.

Después de afirmar la imposibilidad de no comunicar, corresponde analizar la presencia de los elementos referenciales y conativos en la interacción virtual, señalados en el segundo axioma. Como se explicó en el capítulo anterior, estos dos factores intervienen al momento de transmitir información e imponer conductas; el primero hace referencia al aspecto del contenido en el mensaje y el segundo al de la relación entre interlocutores. Es un hecho, que la comunicación dentro de las redes sociales se constituye a base de texto o lenguaje escrito, utilizado para mensajería dentro de herramientas como el Muro, ventanas de chat, espacios para hacer comentarios de fotos, para organizar eventos, y más. Esta forma de comunicación expresa la parte de contenido en las relaciones virtuales. Dentro del contenido del lenguaje escrito también entran los emoticones; son elementos fundamentales para comunicar o interactuar en medios *online*. También se los conoce como caritas o “smileys” en inglés y son secuencias de caracteres del teclado empleadas para expresar emociones en un mensaje. Estos complementan la información al tratar de reemplazar la gestualidad física y transmitir estados de ánimo.

En cuanto a lo conativo en las redes sociales, los sitios virtuales constan de un espacio único para que se dé la comunicación, no existe variedad de indicadores contextuales (en cuanto a lugar), además los comportamientos gestuales, básicos para determinar el tipo de relación, escasean. Como se mencionó anteriormente, los usuarios interactúan entre sí principalmente mediante un muro de conversaciones o el chat, en los cuales el uso de los emoticones es necesario para completar el mensaje textual de la información al agregar

contenido emocional. Sin embargo, el uso de emoticones no siempre es suficiente para determinar el cómo debe entenderse el contenido que se transmite.

En estos espacios virtuales el tipo de relación entre contactos ya está establecida, casi como una regla, por la misma red. En el caso de Facebook, la relación dada entre todos los usuarios es la de “amistad”. Con el fin de que los usuarios puedan clasificar o jerarquizar a sus “amigos”, la red Facebook creó la herramienta de enlistar a los contactos. Por ejemplo, los parientes están en una lista, y las amistades cercanas en otra, así se facilita el control de la información que uno desea compartir con unos y no con otros. Mediante esta opción de crear listas, está en decisión de cada uno el controlar quiénes pueden leer o comentar en su Muro o ver sus fotos. Esto implica que en estos sistemas los usuarios tienen el control para determinar lo que para ellos mismos es el estado de sus relaciones, mediante la creación de divisiones jerárquicas entre sus contactos. Es decir, el aspecto conativo, el “¿Cómo debe entenderse nuestra relación?” dependerá de lo que cada uno decida compartir con los demás.

Según Watzlawick, en toda interacción se da una puntuación de la secuencia de hechos. Sea en el caso del Muro de Facebook, como en un chat, la puntuación de la interacción empieza por el usuario con la iniciativa de comunicarse, así generará una serie de conversaciones, en las que el cierre de la secuencia puede ser determinado por cualquiera de los interlocutores. Puede ser porque se dejó de contestar la cadena de mensajes, o porque decidió despedirse.

El cuarto axioma plantea que en toda relación existe una comunicación digital y analógica. La primera está inmersa en el aspecto de contenido, pues digitalmente, por medio del lenguaje escrito y verbal, se transmite información. Por lo tanto, es evidente que las redes sociales virtuales se mantienen gracias a las opciones de comunicación digital (escrita) que ofrecen. Sin embargo, el área de la relación la ocupa la comunicación analógica. Esta escasea casi por completo en la virtualidad, ya que consiste en todo lo que es comunicación no verbal. Aunque se podría decir que sí existe en cantidades mínimas, gracias a la presencia de los emoticones, pues pueden considerarse una forma analógica de expresión dado que substituyen la gestualidad para expresar emociones. A pesar de que hoy en día se puede encontrar emoticones muy elaborados, no llegan a sustituir completamente todos los factores analógicos

de la comunicación, como por ejemplo la inflexión de la voz, el ritmo, la mirada, etc. Está presente otro elemento de comunicación analógica: las fotografías. Mediante ellas se puede comunicar todo tipo de mensajes que sustenten el contenido digital. Las imágenes complementan información personal sobre ¿cómo queremos que nos vean los demás?, sin necesidad de decirlo explícitamente a través de mensajes escritos en un perfil. Aun así, hay un desequilibrio entre lo analógico y lo digital dentro del ciberespacio, de manera que las relaciones virtuales pueden sufrir problemas de malos entendidos debido a mensajes ambiguos dados por esta fluctuación. En la comunicación escrita en las redes sociales, los usuarios requieren de mayor precisión en el lenguaje, pues al sostener un diálogo no comparten una misma situación de tiempo y espacio físico, y no pueden apoyarse en los recursos expresivos propios de la oralidad.

Por último, el quinto axioma de la comunicación establece que todos los intercambios comunicacionales son simétricos o complementarios, según que estén en la igualdad o en la diferencia. Como se explicó en el capítulo anterior, los tipos de relaciones simétricas se observan en el caso de amigos o compañeros, pues en ellas se mantiene una conducta recíproca en la que los interlocutores toman decisiones, critican y comentan la conducta del otro en igualdad de condiciones. Este tipo de relación es predominante en las redes sociales ya sea de amigos, pareja o profesionales, ya que la mayoría de los usuarios cuentan con contactos virtuales de ésta índole. Las relaciones complementarias, como sería el caso de madre/hijo, o profesor/alumno, son menos comunes en las redes. En parte se debe a que la penetración de adultos es menor en este tipo de sitios virtuales en los que su popularidad radica mayoritariamente entre las generaciones más jóvenes, que al mismo tiempo se caracterizan por poseer mayores destrezas para manejar las nuevas tecnologías.

Los siguientes datos estadísticos reflejan los grupos con mayor actividad en redes sociales: el 14% de la población mundial forma parte de alguna red social y Facebook acapara la mitad de ese total de usuarios<sup>47</sup>. En el caso de Estados Unidos, los adultos entre los 40 y 60 años consisten en la población con menor actividad *online*, en EE.UU solo el 15% de ellos

---

<sup>47</sup> Moreno Manuel. *El 14% de la población mundial usa las redes sociales*. Internet. <http://www.trecebits.com/2010/09/01/el-14-de-la-poblacion-mundial-usa-las-redes-sociales/>>. Acceso: (6 de junio, 2010).

entra a formar parte de una red social. Mientras que el 70% de usuarios son jóvenes entre los 18 y 21 años<sup>48</sup>. Aun así, existen redes como SigoJoven.com, creadas para “jóvenes de más de 40”<sup>49</sup>, pues día a día más personas se van desenvolviendo y perdiendo el miedo a esto que es el gran mundo *online*.

Sin embargo, la poca penetración de adultos en las redes no es el único motivo por el cual predominan las relaciones simétricas y escasean las complementarias. Según las entrevistas efectuadas a usuarios de Facebook, es muy común entre los jóvenes la conducta de no aceptar a familiares principalmente tíos o padres, en la lista de contactos. Ellos consideran que redes como Facebook es una herramienta para comunicarse entre amigos y no con la familia, con la que ya se tiene un contacto más cercano. También prefieren separar la información de las actividades que comparten entre amigos, no quieren que sus familiares comenten o se enteren de ellas, pues sienten que sería una intromisión en su espacio privado.

Pero en el caso opuesto: padres que forman parte de una red e incluyen a sus hijos dentro de sus contactos, estos en ocasiones no tienen inconvenientes en cuanto a compartir la información, e incluso consideran justo y necesario tomar parte en las actividades digitales de sus hijos, pues de esa manera pueden controlar y educar a sus hijos en el uso de dichas herramientas virtuales, a la vez que están al tanto de las relaciones que estos mantienen con sus amigos y demás contactos.<sup>50</sup>

## **II.4 El encuentro comunicativo y la identificación del otro**

En el encuentro comunicativo no virtual, los individuos nos definimos los unos a los otros primeramente a través del sentido de la vista. El contacto con cualquier objeto implica varias reacciones físicas, “el organismo pone en movimiento diferentes procesos neuropsicológicos, como reforzar el tono muscular, modificar las ondas cerebrales...”<sup>51</sup> y los

---

<sup>48</sup> The *Ultimate List: 300+ Social Media Statistics*. Internet. <http://www.xyppy.com/article/9289/The-Ultimate-List-300-Social-Media-Statistics>>. Acceso: (6 de junio, 2010).

<sup>49</sup> Red social Sigo Joven. Internet. [www.SigoJoven.com](http://www.SigoJoven.com)>. Acceso: (7 de junio, 2010).

<sup>50</sup> Foro de discusión, *Padres e hijos en las redes virtuales*. (1 de marzo, 2011)

<sup>51</sup> Alex Mucchielli. *Psicología de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1998. p. 171.

órganos de los sentidos se ponen en alerta. En el espacio virtual, carecemos de este tipo de contacto, por lo tanto la fotografía funciona como extensión o suplantación de la primera imagen física que se da en los encuentros comunicativos externos. Este hecho implica que un usuario de redes virtuales puede pulir su imagen o identidad mediante este recurso, al decidir qué mostrar y qué ocultar. Sin embargo, es importante mencionar que las manipulaciones de la imagen de uno mismo con respecto a otros se dan también en la comunicación presencial. Es algo muy común en los seres humanos el intentar manipular una relación para que la comunicación o la situación del encuentro se desarrollen de la manera que queramos<sup>52</sup>.

#### **II.4.1 Categorización de lo conocido y lo desconocido**

La siguiente instancia en el proceso de encuentro se da a través de la categorización de lo conocido o desconocido. Es una reacción muy primitiva y por lo tanto asociada a lo biológico, por ejemplo, a los ocho años un niño se siente tranquilizado con el acercamiento de su madre, e intranquilo en el caso de ser una persona desconocida. Debido al aprendizaje social, las personas podemos localizar los objetos normales o conocidos, o bien reducir la incertidumbre de algo anormal mediante un proceso intelectual<sup>53</sup>. Por lo tanto, en un primer acercamiento comunicativo, el otro debe presentarse de tal modo que su conducta parezca inofensiva. Esta se da por medio de gestos de apaciguamiento, ofrenda o señalización ostentativa de intenciones. Sin embargo, al trasladarnos al mundo virtual, estas alternativas resultan imposibles, por lo tanto el proceso de categorización se modifica y se da con códigos distintos.

Al hacer referencia al elemento fotográfico, se podría decir que éste debe cumplir con ciertos cánones de aceptabilidad social para que así un usuario pueda ser categorizado como conocido/desconocido, normal/anormal. Esta comprensión social estaría obligatoriamente definida por “lo que se tiene costumbre de ver”, lo cual está dado por normas de comportamiento. Por ejemplo, si alguien publica en su perfil de Facebook una fotografía en la

---

<sup>52</sup> Ibid. p. 183.

<sup>53</sup> Ibid. p. 173.

que se muestre casi sin ropa, este comportamiento probablemente sea rechazado, ignorado o criticado. Pero si se hiciera lo mismo dentro de una red para encontrar pareja en la que se acostumbre mostrar fotos pornográficas, existirá aceptación.

Es así, mediante la imagen que aparece en el perfil de un usuario, cómo se definirá en primera instancia a ese individuo.

Es importante señalar que los encuentros comunicativos se diferencian, no sólo en los aspectos anteriormente mencionados, sino también en cuanto a la forma en que se suceden. Por ejemplo, en la vida exterior uno puede tener encuentros sorpresivos coincidentes, de repente verse con un conocido sin previo aviso o cita. En las redes sociales no existe este fenómeno. Para poder acceder a la información de otra persona, o para ponerse en contacto el otro deberá primero hacer un “click de aceptación”. Así reflejará que a) A identifica a B como un conocido, b) A tiene interés en conocer a B ya sea porque le agradó su imagen o piensa que pueden tener intereses en común, etc. Y también está la opción del rechazo, la cual se puede realizar sin el mínimo sentido de incomodidad, compromiso o cualquier reacción que sería típica en un encuentro común.

#### **II.4.2 Evaluación de la relación**

Después del proceso que involucra la definición del otro como conocido o desconocido, se plantea la cuestión de cómo evaluar la naturaleza de la relación que se va a mantener con esa persona. En este momento surge un siguiente paso de categorización del otro, el cual se realiza en términos de “valor egocéntrico”, es decir en términos de “bueno/malo en relación consigo mismo”,<sup>54</sup>.

La reacción ante la llegada del otro dependerá de cómo evaluamos sus intenciones, en buenas o malas, según el punto de vista propio. Por lo tanto, el comportamiento receptor puede darse de tres maneras generales: evitar, inhibirse o acercarse<sup>55</sup>.

---

<sup>54</sup> Ibíd. p. 174.

<sup>55</sup> Ibíd. p. 174.



Pero ¿cómo se califica de bueno o malo a un usuario que desea formar parte de nuestra lista de amigos y viceversa?

En el encuentro comunicativo, los seres humanos demostramos y evaluamos intenciones mediante un conjunto de señales que evocan la cualidad de la futura situación interactiva. Por lo tanto, la mayor parte de esas señales son paralingüísticas: mímica, posturas, gestos, tonalidad de voz, etc. Nuevamente nos encontramos con la complejidad de que éste fenómeno no es posible en la virtualidad en las redes sociales.

Como se señaló antes, existe la posibilidad de que un futuro contacto sea un conocido fuera de la red, en ese caso las posibilidades de categorización se fundamentan en las percepciones creadas sobre las experiencias en encuentros externos a la virtual. Partiendo de ello, las redes ofrecen la posibilidad de aceptar o ignorar a ese “amigo”. Si califica de “malo” no se le permitirá formar parte de la lista para que no pueda obtener mayor información del perfil, publicaciones o comportamientos en la red, pues la reacción es la de evitar un acercamiento. Si es “bueno”, será aceptado, tiene autorización para ver la información, para escribir, chatear, compartir fotos, etc.

En el caso de la llegada de un usuario totalmente desconocido, las herramientas de este para mostrar sus intenciones se ven reducidas. Tan solo cuenta con la mensajería para comunicarse directamente. Sin embargo, tanto en el primero como en el segundo caso ya existe una intención implícita que reemplaza toda necesidad de demostraciones físicas y verbales para un acercamiento: se trata de la invitación o “solicitud de amistad”.

Al formar parte de una red, se está previamente consciente de que la intencionalidad de ésta es encontrar antiguos contactos o entablar nuevos, por lo tanto, todo aquel procedimiento natural que conlleva el encuentro entre dos personas se suprime y en las redes sociales se traduce a un simple y directo mensaje: “quiero ser tu amigo” (como sucede con Facebook).

Más adelante se desarrollará la idea de este nuevo concepto de amistad que proponen las redes virtuales. Por el momento, se ha podido concluir que los primeros encuentros comunicativos entablados en lo virtual suceden mediante códigos similares y a la vez dispares respecto a los que se dan “cara a cara”.

### II.4.3 Identificación social e identificación de la relación

Ahora bien, así como existe de forma innata la categorización entre individuos que se comunican, también está presente el asunto de la identificación del otro. Todo el tiempo, y de manera inconsciente, los seres humanos hacemos una evaluación sobre la identidad del otro, ya sea si nos interesa entablar una comunicación o simplemente con el objetivo de definir al que entra en nuestro entorno o sistema.

Según el autor de *Psicología de la comunicación*, Álex Mucchielli, existen dos niveles de identificación: la identificación social y la identificación de la relación. En la primera la evaluación al otro se da de manera automática e inconsciente, la cual está ligada a la propia percepción. “Percibir al otro equivale a clasificarlo en determinadas categorías culturales significativas, tomar conciencia de su estatus y de su rol”<sup>56</sup>. Todo grupo y todo individuo posee un repertorio de identidades que le permiten conocer a los otros. Los elementos de esta categorización están dados por medio de varios elementos que constituyen la fachada social, por ejemplo: signos exteriores, apariencias, etc. Estos son esencialmente culturales y permiten la identificación entre individuos, aquí interviene también la presencia de arquetipos como parte del imaginario social.

Al trasladar esta esfera comunicacional al ámbito virtual, se puede ver que nuevamente las fotografías, como medio de presentación y comunicación en las redes sociales, tiene gran importancia en lo que se refiere a la identificación social.

En la web, nuestra personalidad será descifrada por los otros a través de las fotos que publiquemos. El medio fotográfico implica que los demás pueden deducir nuestro estatus social dependiendo de la apariencia y contexto que se muestre en la imagen. Por ejemplo: una foto de un joven de rasgos anglosajones esperando en la estación de tren de París con sus maletas, y otra foto de un negro en la misma situación. Ambos personajes se sitúan en el mismo contexto, sin embargo, debido a los indicadores sociales, habrá personas que caigan en una identificación fundada sobre los elementos: negro = inmigrante = obrero; estación =

---

<sup>56</sup> Ibíd. p. 177.

ferroviario = maletero, sin ser necesariamente el caso de este individuo. En la anterior, el joven anglosajón podría ser un maletero, pero es menos probable que se lo identifique como tal.

También está presente el factor de “pulir la identidad”. Como se expuso anteriormente, las redes sociales al ser medios basados en la creación de un perfil, dan la posibilidad de falsear una identidad o de crear una nueva. Esto demuestra la facilidad con la que se puede fingir un estatus o personalidad dentro del mundo virtual. Por lo tanto, los demás nos identificarán socialmente como nosotros queramos que lo hagan, ya que está en nuestro total control y decisión lo que se muestra y lo que se oculta. Teniendo en cuenta que la imagen virtual no siempre va a coincidir con la vida e imagen exterior. También la información personal que cada usuario decide publicar en su perfil, como: información de estudios, puesto de trabajo, gustos musicales, literarios, etc, creencias religiosas; todos estos datos aportarán al proceso de identificación social.

Lo referente a los elementos paralingüísticos que intervienen en la identificación social, quedan descartados. Signos como la postura, mirada, actitud, que identifican al otro en posiciones de superior-inferior, solo son posibles en la identificación social física. Según Mucchielli, una vez que se aprecia la identidad social, se sitúa al interlocutor en una jerarquía social, es decir el lugar de cada uno en relación con el otro.

Se podría decir que en la web no existen jerarquías, todos están en igualdad de condiciones y posiciones, pues al escasear los elementos típicos del juego de interacción (comportamientos gestuales, verbales, etc.), es muy difícil que se defina el interlocutor en una posición de superioridad o inferioridad. Sin embargo, como en todo sistema, la conducta de uno influencia en la del otro y así de forma circular, por más que esta sea tan solo a través del lenguaje escrito, como es en el caso de las redes sociales.

Tomando el ejemplo del muro en el caso de Facebook, si A desea entablar una relación con B, lo primero que hará, después de haberle agregado a su lista de amigos, será publicar un comentario o saludo en su muro. Si B le responde quedará confirmada su situación de amistad, y el proceso podrá seguir repitiéndose, pero esta interacción no basta para definir posiciones más complejas. En parte puede deberse a que la herramienta del muro no suele funcionar para

entablar conversaciones largas y duraderas, más bien se la utiliza para comunicar mensajes cortos y banales.

## **II.5 Nuevos conceptos: amigo y novio virtual**

Está claro que las redes sociales de encuentro como Facebook, hi5 y otras se manejan con el concepto de la amistad. Como se ha dicho antes, la base de las relaciones en estos espacios se centra en la idea de encontrar amigos y mantenerse en contacto con ellos. Sin embargo, es pertinente analizar cuál es el concepto de amistad que se maneja en estas redes virtuales, pues varía mucho con respecto al entendimiento común de “amigo” que se tiene en el mundo físico.

Según el diccionario de la Real Academia Española, la amistad es: un afecto personal, puro y desinteresado, compartido con otra persona, que nace y se fortalece con el trato<sup>57</sup>. Puede darse entre dos o más personas y consiste en una de las relaciones interpersonales más comunes en la vida del ser humano. Se da por entendido que para demostrar una amistad se debe expresar preocupación por el amigo, interesándose por su bienestar, por sus problemas y logros. Se procura reunirse, comunicarse o convivir con él<sup>58</sup>. Entre los componentes de la amistad suelen mencionarse también el agrado a compartir actividades, el entendimiento mutuo, simpatía y sinceridad.

Pero estas relaciones ya no convergen tan solo en el “cara cara”, ya que actualmente es muy común trasladar las amistades al ámbito virtual. Para ser “amigo” de alguien en la red tan solo es necesario aplastar un botón de aceptar la solicitud de amistad. Por lo tanto, dentro de lo virtual el proceso de entablar esa cercanía y confianza que implica “ser amigos” se reduce a un solo click. En las redes no existe como tal la diferenciación entre el concepto de amigo íntimo y conocido; allí todos los contactos poseen las mismas características en cuanto a nombres y

---

<sup>57</sup> “Amistad”. Diccionario de la Real Academia Española. Internet.

[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=cultura](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=cultura)>. Acceso: (10 de junio, 2010).

<sup>58</sup> Colaboradores de Wikipedia, *Amistad*. Internet. Wikipedia, La enciclopedia libre, <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Amistad&oldid=42248416>>. Acceso: (10 de junio, 2010).

definiciones se refiere. De esta manera, tener amigos por todo el mundo y en grandes cantidades se vuelve una actividad muy simple, al cabo de un año se puede alcanzar fácilmente los 700 amigos en una red virtual. Pero allí entra la interrogante ¿cuántos de ellos cumplen realmente con las características de un verdadero amigo? Según las entrevistas elaboradas para esta investigación, tanto el usuario moderado como el adepto coincidieron al responder que tan solo a un 20% o menos de todos sus contactos los consideran verdaderos amigos, es decir personas por las que demuestran gran afecto e interés y con las que tienen un contacto frecuente fuera de la red.

Estas fuentes también aportaron con una opinión sobre los aspectos fundamentales que conducen a una relación perdurable en el tiempo, tanto de amistad o noviazgo. Para ello se requiere ciertas acciones y conductas como son: la confianza, la intimidad, la presencia.

Por más contradictorio que pueda parecer, existen grupos creados en Facebook que se oponen radicalmente a la amistad virtual, Uno de ellos lleva como título “La amistad no es virtual. No al abuso del concepto amigo en Facebook.” En este grupo por ejemplo, se leen toda clase de comentarios de usuarios que ponen en duda la confianza en la amistad virtual debido a que en la red es muy fácil mentir sobre uno mismo. Por otro lado, siendo Facebook una pantalla donde todos o casi todos tus contactos pueden ver tu información es imposible conseguir intimidad en las relaciones, un factor que es imprescindible en el ámbito físico. Por último afirman que la presencia de un amigo no se equipara con la de una relación basada en la presencia virtual que la consideran fría y distante. Este grupo en particular tiene como objetivo que “Facebook sustituya su concepto de amigo, por el de colega, compi, conocido.... más apropiado. La amistad no se demuestra en Facebook, por mucho que esta red social pretenda hacernos creer que es tan fácil lograr y mantener amistades. La amistad no es virtual”<sup>59</sup>.

Como contraparte a estas opiniones, aparece otro grupo llamado: La amistad es más real desde que tengo tu contacto virtual. En su perfil afirma que la amistad es la misma sin

---

<sup>59</sup> Grupo de Facebook, *La amistad no es virtual. No al abuso del concepto amigo en Facebook*. Internet. <http://www.facebook.com/group.php?gid=43131032690>>. Acceso: (1 de julio, 2010).

importar el medio. Proponen que mediante una computadora podrán tener un impacto en la vida de sus amigos virtuales.

### II.5.1 El amor virtual

Pero la amistad no es el único tipo de relación que se traslada a la vida *online*, es muy común también el “ligue o novio virtual”. Actualmente proliferan los sitios virtuales para buscar relaciones. Basta conectarse a un portal de Internet específico para hallar alguien que teclea en la lejanía con quien se puede hablar mediante chat y la mensajería.

¿Esto no refleja acaso la soledad contemporánea? Existen opiniones muy variadas al respecto. Para esta disertación se han obtenido puntos de vista encontrados en algunos foros de discusión *online* sobre el tema del amor virtual.

Está la postura de los que concuerdan totalmente con la posibilidad de enamorarse vía *online*. Sus argumentos se basan principalmente en la “pureza”<sup>60</sup> de los sentimientos por Internet, ya que no interviene el aspecto físico. Otros afirman que el amor, al ser un sentimiento tan fuerte, es capaz de superar distancias físicas y finalmente sí es posible llegar a conocer bien a una persona por estos medios de comunicación, que lo único que han hecho es reemplazar a la antigua comunicación a través de cartas por correo.

Existe otra postura intermedia, que argumenta que sí es posible tener un noviazgo en una red virtual, pero que difícilmente será duradero. Gracias a estas herramientas se puede sentir curiosidad e interés por la otra persona solo a través de chat y mensajes, incluso sentir la necesidad de platicar, pero esto sólo serviría para empezar la relación, pues el amor resulta algo mucho más complejo<sup>61</sup>.

Finalmente, la opinión opuesta se sustenta en la idea de que una relación virtual no puede ser sincera o de fiarse, debido a la gran posibilidad de falsear identidades en la web. Al conocer a una persona cara a cara, se puede observar distintas reacciones sobre su

---

<sup>60</sup> Foro de discusión. *Amores por Internet ¿Sentimientos reales?.* Internet. [www.forosdz.com/foro/discusiones-y-debates/286285-discusion-amores-por-internet-sentimientos-reales-14.html](http://www.forosdz.com/foro/discusiones-y-debates/286285-discusion-amores-por-internet-sentimientos-reales-14.html)>. Acceso: (3 de agosto, 2010).

<sup>61</sup> *¿Amor virtual?.* Internet. [www.villageelastic.wordpress.com/2007/04/11/%C2%BFamor-virtual/>](http://www.villageelastic.wordpress.com/2007/04/11/%C2%BFamor-virtual/>). Acceso: (10 de agosto, 2010).

personalidad y sinceridad, algo imposible de lograr en una red social. Por último, está la idea de que los seres humanos, a veces al intentar compensar nuestra soledad o baja autoestima, recurrimos a la búsqueda de enamoramientos virtuales, como refugio a la falta de relaciones físicas, o simplemente con el fin de entretenernos<sup>62</sup>.

Según un estudio realizado por Match.com, uno de los sitios más conocidos para la búsqueda de pareja, en un futuro no muy lejano más del 60% de personas entre 18 y 24 años podrían ser seducidos por un avatar. Un avatar es una representación gráfica de una persona, también puede ser una imagen publicada en un blog o un perfil en MySpace o Facebook.

Para Michael Stora, psicólogo francés, este fenómeno no es alarmante pero conviene matizarlo. Según Stora el avatar no es sino la prolongación que se hace del otro: "Lo que Internet pone de relieve no es al otro sino la relación". En las redes sociales la pasión amorosa puede ser amplificada, no se ve al otro tal como es sino como se tiene ganas de verlo y existe un riesgo en permanecer en esta postura<sup>63</sup>.

El riesgo es lo que Michael Stora denomina *Bovarismo virtual*: "*Es el síndrome de Emma Bovary; algunos internautas van a caer enamorados de las conversaciones*". El psicólogo afirma que cada vez tiene más pacientes que sufren de este problema de ciberdependencia.

Existen también otros análisis. Según el psicólogo Erich H. Witte, especialista en el estudio de la pareja en la Universidad de Hamburgo, a la agencia DPA, quienes inician una relación en Internet tienen más posibilidades de culminar en una "relación duradera y feliz"<sup>64</sup>.

Anteriormente existía un fenómeno parecido al actual enamoramiento virtual. Según la autora Gwinnell, las mujeres escribían cartas a los soldados y se enamoraban a pesar de jamás haberlos visto personalmente<sup>65</sup>. Los soldados, por su parte, pensaban constantemente en ellas y en sus cartas. Fantaseaban sobre lo que harían al volver a sus casas pensando en esas cartas

---

<sup>62</sup> Ibíd.

<sup>63</sup> *Las relaciones virtuales, el síndrome Emma Bovary*. Internet. [www.sociologiac.net/2008/07/21/las-relaciones-virtuales-amorosas-en-2055-el-sindrome-emma-bovary/](http://www.sociologiac.net/2008/07/21/las-relaciones-virtuales-amorosas-en-2055-el-sindrome-emma-bovary/)>. Acceso: (15 de agosto, 2010).

<sup>64</sup> Salazar Andrés. *Las parejas que se conocen a través de internet ¿son más felices y duraderas?*. Internet. [www.relacionesporejavirtuales.blogspot.com/](http://www.relacionesporejavirtuales.blogspot.com/)>. Acceso: (15 de agosto, 2010).

<sup>65</sup> Balaguer Prestes Roberto. *Amor online: refugios, resistencias e inicios posmodernos*. Internet. <http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=76>>. Acceso: (16 de agosto, 2010).

anónimas, que resultaban de una "utilidad terapéutica" indiscutible. El intercambio pasa a ser textual, los cuerpos sólo se comunican a distancia y dejan saber al otro lo que desean en un encuentro con ese otro a solas<sup>66</sup>.

Sucede lo mismo en las redes de encuentro: es "una aproximación sin cuerpo presente, virtual, que permite una serie de enmascaramientos, incluso fingir el sexo hasta que se llega al cara a cara. Permite una exposición y compromiso menor de las emociones, no olvidemos que entre los adolescentes el miedo al rechazo es muy fuerte, y la imagen no es un dato menor"<sup>67</sup>. Quizá a diferencia del intercambio comunicativo por correo postal, en el mundo digital puede existir un menor deseo y escasas expectativas hacia el encuentro físico, pues puede darse un conformismo respecto a ese contacto mediado por una red virtual debido a factores como la inmediatez y la facilidad de transmitir imágenes (fotografía y video) por medio de estas redes.

El escenario virtual también presenta los viejos dilemas amorosos. Por ejemplo, el adulterio virtual, o el simple flirteo *online*, pueden romper con la armonía de una pareja. La principal diferencia es que, este flirteo se vehiculiza con menos culpa debido a un efecto lúdico que ofrece la computadora y es capaz de terminarse con mayor facilidad que en un encuentro material<sup>68</sup>.

El amor virtual es un tópico polémico y candente en la actualidad, pues ¿es una oportunidad, una acción reprochable o es una necesidad? Se trata de un enamoramiento frente a la computadora, o sea a solas desde un punto de vista material, físico. Se observa con mucha frecuencia que los usuarios ocultan estas relaciones en un comienzo para evitar prejuicios de sus seres cercanos. Al parecer entablar una relación vía Internet no es ni serio ni bien visto y puede ser razón de ocultamiento en primera instancia<sup>69</sup>. Podría considerarse esta nueva forma de conocer gente, una manera autoerótica, narcisista o autística, sin embargo también puede resultar poco serio hacer una jerarquización a los amores por su forma de inicio, sin antes

---

<sup>66</sup> Ibid.

<sup>67</sup> Ibid.

<sup>68</sup> Ibid.

<sup>69</sup> Ibid.



observar directamente qué implicaciones tienen estos en la llamada “vida real”. La verdad es que el solo hecho de estar en línea ya nos hace vulnerables a este tipo de acciones.

Nuevas tendencias como la amistad y el noviazgo virtuales, que surgen debido a la evolución de la Internet, son un motivo importante para tratar de explicar los cambios en la comunicación interpersonal de nuestros días. En los últimos años se han elaborado varios estudios con motivo de analizar el efecto que tienen las redes sociales en las relaciones humanas. Según datos revelados por Harris Poll, empresa encuestadora, permanecer *online* hace a las personas sentirse más conectadas, pero también ver con menor frecuencia a sus amigos en persona. El sondeo se efectuó a más de 2.258 adultos estadounidenses. El 58% de los sondeados por Harris Poll manifestó saber qué está ocurriendo con sus amigos y conocidos gracias a las redes sociales, pero interactúan menos con ellos de forma personal. Un 54% confirmó tener menos contacto real con ellos, a pesar de sentirse más conectados, el 31% aseguró que también se sienten más solos que antes de utilizar las redes sociales<sup>70</sup>.

Otro estudio con datos similares, se realizó en la universidad de Harrisburg Pensilvania (EE.UU). El objetivo fue medir el impacto social de las redes sociales. El resultado del estudio reveló que el uso desmedido de Facebook o Twitter puede incrementar el estrés, provocar trastornos en el sueño y además de deteriorar las relaciones personales. Para llevar a cabo esta investigación, se prohibió a 800 alumnos usar estas redes durante una semana, para observar el impacto de la tecnología en sus vidas. “Los estudiantes se dieron cuenta de que los medios sociales, especialmente Facebook y la mensajería instantánea, si no se usan de manera apropiada, pueden adueñarse de sus vidas”, indicó Eric Darr, decano de la facultad e impulsor del apagón tecnológico que se aplicó mediante el bloqueo del acceso de los medios sociales a la dirección IP de la universidad. Eric Darr sostiene que la mayoría de los estudiantes se comportaban como los fumadores que se escapan de clase para fumar. “Querían escabullirse para mirar cosas en sus smartphones”<sup>71</sup>. Durante el proceso, algunos alumnos se vieron a sí mismos dispuestos a encontrarse en persona con amigos y profesores con los que normalmente solo se comunicaban a través de las redes sociales.

---

<sup>70</sup> Cabanillas Marta. *Las redes sociales nos hacen sentir más conectados pero también más solos*. Internet. [www.idg.es/iworld/noticia.asp?id=101494](http://www.idg.es/iworld/noticia.asp?id=101494)>. Acceso: (20 de agosto, 2010).

<sup>71</sup> *Las redes pueden dominar la vida*.

Internet. [www.ecuadorciencia.org/noticias.asp?id=9554&fc=20100924](http://www.ecuadorciencia.org/noticias.asp?id=9554&fc=20100924)>. Acceso: (20 de agosto, 2010).

## II.6 Perfiles de usuarios

Dentro de las redes sociales virtuales, existe una variedad de usuarios que utilizan estos sitios de maneras distintas y con propósitos diferentes. El modo en que éstos emplean su tiempo en la red determinará también, hasta cierto punto, el tipo de relaciones *online* que mantienen. Este consiste un punto de estudio del que puede extraerse conclusiones psicológicas si se analiza individualmente cada perfil. Sin embargo, el interés en el presente análisis no apunta a un estudio deductivo de la mente, sino a determinar los tipos de relaciones y cómo las conductas inciden en el sistema comunicativo en la red.

Según un estudio de redes sociales realizado por The Cocktail Analysis en el año 2008, la mayoría de usuarios de redes sociales están entre los 18 y 35 años de edad. De acuerdo a los resultados cualitativos de un foro de discusión, se concluyó que las personas entre los 18 – 24 años se caracterizan por:

- Una actitud más favorable a aportar datos personales.
- Mayor necesidad de mantener estas redes activas diariamente.
- Mayor peso relativo de los contactos generados *online*.
- El crear comunidad aparece como un fin en sí mismo.

Por otro lado, los usuarios que están entre los 25 y 35 años de edad tienen las siguientes actitudes en común:

- Actitud más recelosa a la hora de aportar datos muy personales, les preocupa la confidencialidad.
- Mayor protagonismo del círculo laboral.
- La mayoría de sus contactos se crean *offline* y se mantienen *online*.
- Búsqueda de un fin concreto en la comunidad (encontrar contactos, información...)

Para tener un punto de vista más completo, a continuación se presentará un resumen de un estudio de Ofcom realizado en el año 2009, cuyo objetivo consistió en clasificar las actitudes y comportamientos de los usuarios de redes sociales basándose en los patrones de uso de los sitios:

- **Socializadores alfa** (minoría): Gente que usa los sitios sociales en intensos y cortos periodos de tiempo para flirtear, conocer gente nueva o entretenerse (Hombres, por debajo de los 25 años).
- **Buscadores de Atención** (algunos): Gente que busca la atención y los comentarios de los demás, posteando fotos y personalizando sus perfiles.(Mujeres y adolescentes hasta los 35 años).
- **Seguidores** (muchos): Gente que se une a sitios sociales para estar al día de las actividades de sus contactos en la vida real (Mujeres y hombres, de todas las edades).
- **Fieles** (muchos): Gente que usa las redes sociales para recuperar amistades del pasado.(Hombres, mujeres, mayores de 20).
- **Funcionales** (minoría): Gente que tiende a usar los sitios de redes sociales con un único objetivo, puntual (Hombres, mayores de 20)<sup>72</sup>.

Los no usuarios también pueden clasificarse en distintos grupos, basados en las razones que se aducen para no utilizar sitios de networking social:

- Preocupación por la **seguridad**, reticentes a dejar datos personales *online*.
- Poca **experiencia técnica**, falta de confianza en el uso de computadoras e Internet.
- Motivos **intelectuales**: Consideran las redes sociales como una pérdida de tiempo. La mayoría son adolescentes individualistas y seguros de sí mismos que pasan la mayor parte de su tiempo fuera de casa. Su teléfono móvil es, en mayor medida que el ordenador, fundamental en su vida social<sup>73</sup>.

Adicionalmente a esta información sobre los tipos de usuarios y sus actitudes *online*, se han elaborado tres entrevistas para esta disertación. Los perfiles fueron: un adepto a Facebook (usa la red tres horas diarias o más), un usuario moderado (alguien que usa la red social por

---

<sup>72</sup> Office for communications (OFCOM). *Actitudes y comportamientos en las Redes sociales*. Internet. [http://www.cibersociedad.net/recursos/art\\_div.php?id=301](http://www.cibersociedad.net/recursos/art_div.php?id=301)>. Acceso: (21 de agosto, 2010).

<sup>73</sup> *Ibíd.*

breves lapsos de tiempo semanales) y una persona radicalmente opuesta a las redes sociales. Las edades de los entrevistados varían entre los 25 y 30 años.

*Motivos de pertenencia:* Usuario moderado - La entrevista reveló que éste usa la red principalmente para mantenerse en contacto con gente que vive lejos y para estar al tanto de cumpleaños que normalmente no recordaría. Otro de los motivos de pertenencia es por la opción de enviar mensajes a contactos de poca confianza con los que no podría existir una comunicación en el ámbito físico. El usuario moderado considera que Facebook no es una herramienta para entablar y mantener relaciones duraderas, pues las que sí lo son no se deben al uso de la red social. Mientras que un fiel seguidor de Facebook, considera a la red un instrumento para acortar distancias, para el entretenimiento y también la usa como calendario social. A diferencia del anterior, opina que sí existe una gran privacidad a diferencia de otras redes.

*Ventajas de la comunicación en redes virtuales sobre el diálogo “cara a cara”:* Usuario moderado - respondió que Facebook aporta con la opción de compartir fotos con los amigos, tener contacto inmediato con gente que está muy lejos y finalmente la herramienta de recordatorio de cumpleaños que “permite quedar bien con personas no tan cercanas”. Cabe mencionar que este tipo de usuario es propicio a abandonar la red social, principalmente por razones de privacidad. Estaría dispuesto cambiarse a otra red que controle más la propiedad de los contenidos.

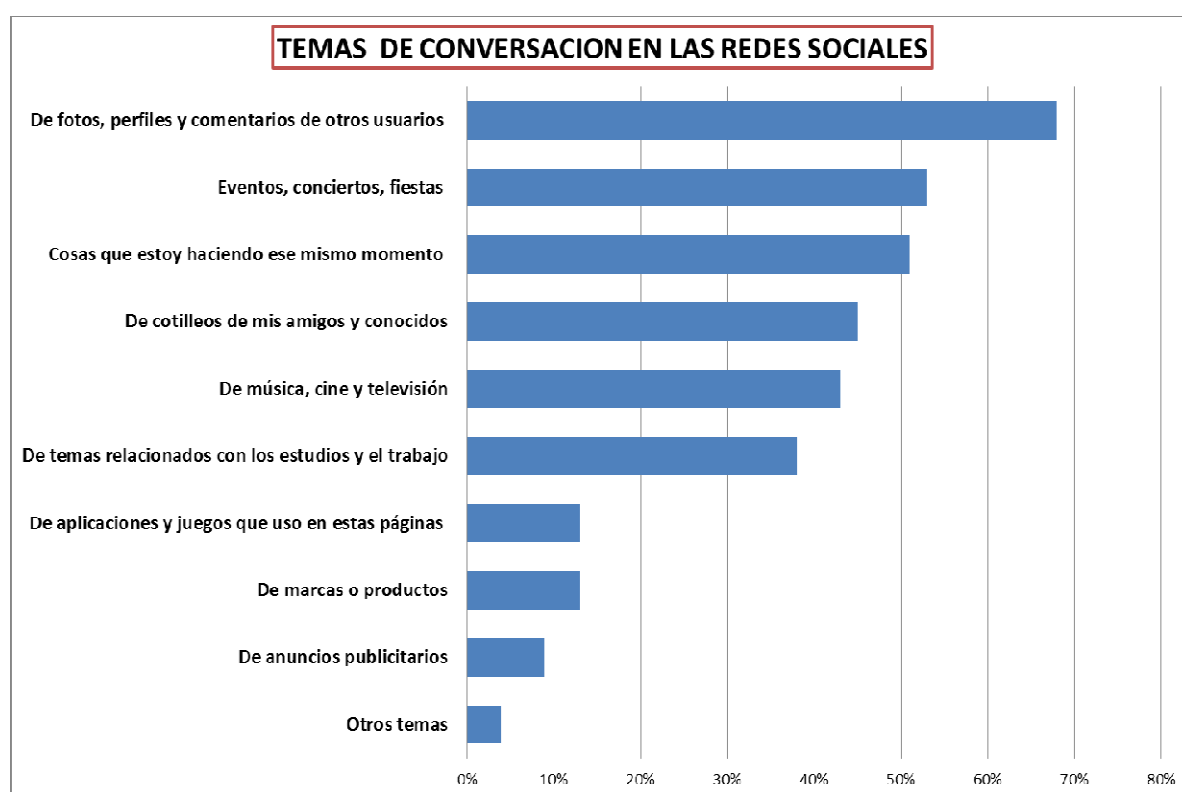
Por otro lado, el adepto a la red social opina que ésta ayuda a mantener una buena comunicación instantánea entre amistades, tanto así que mejora las relaciones. Sin embargo, está consciente sobre los problemas de pareja que puede ocasionar el mal uso de Facebook. También siente que con la herramienta de “compartir tu estado” se le facilita comunicar pensamientos a todos los contactos, algo que en la comunicación no virtual sería muy difícil.

A diferencia de estos dos perfiles, se realizó una entrevista a un ex usuario de Facebook. No considera del todo negativa a esta red, en tanto que permite localizar gente que vive lejos, o mantener contactos importantes que de otro modo serían difíciles de ubicar. Sin embargo, comenta que el uso de Facebook ocasionó que perdiera la “relación personal” con sus amistades cercanas. Opina que en estos sitios virtuales las personas pasan a ser objeto de

consumo para ver y ser vistos a través de un computador por medio de fotografías. “Te conviertes en una superficie plana como una pantalla o pared donde te definen por las cosas que cuelgas ahí”. Debido a esto también considera que en Facebook se banaliza el significado de amistad. Finalmente, en el caso de que “volviera a formar parte de una red social, sería para utilizarla con fines únicamente profesionales y en pocos casos para mantener contactos personales”.

### II.6.1 Temas de conversación en las redes virtuales

Según el estudio elaborado por The Cocktail Analysis, se pudo encontrar una variedad de temas de conversación entre los usuarios. Este análisis fue hecho tomando en cuenta varios sitios web, no solo la red Facebook.



En resumen, se ha observado que la mayoría de usuarios de redes sociales entre los 18 y 35 años, usa estos sitios principalmente con motivos de comunicación, entretenimiento y

para conocer gente nueva<sup>74</sup>. Las redes son herramientas que generan, especialmente, comunicación alrededor de fotos y perfiles de los usuarios. Se puede concluir que el ocio y la instantaneidad configuran la comunicación en las redes.

Como interpretación de este resultado, se puede concluir que los intereses primordiales en los sistemas de redes virtuales rige el común comportamiento de estar pendiente de la actividad virtual de los demás y hacer comentarios sobre temas como: las vacaciones, el “qué estoy haciendo o que estoy pensando” y demás tópicos que demuestran cierta banalidad en las conversaciones. En estos espacios son escasos algunos temas en la comunicación, como por ejemplo, los relacionados a la coyuntura social y política, ya que el ocio y entretenimiento son predominantes.

Finalmente, el principal motivo de rechazo a las redes es ocasionado por el tema de la falta de privacidad.

---

<sup>74</sup> The Cocktail Analysis, Op.Cit.

### **CAPÍTULO III**

#### **Un enfoque analítico**

*“Estamos en presencia de una nueva noción de espacio donde lo físico y lo virtual se influyen así mismo, dando paso al surgimiento de nuevas formas de socialización, nuevos estilos de vida y formas de organización.”*

*Manuel Castells*

Las investigaciones efectuadas sobre la comunicación con enfoque en la Red Internet han sido varias en tanto que han reflejado las consecuencias sociales y los cambios en la estructura mediática actual. Pero los estudios sobre comunicación interpersonal mediada por las nuevas herramientas tecnológicas como las redes sociales, es un tema que escasea en lo que respecta a la comunicación interpersonal.

Basándonos en teorías que aportan con conocimientos sobre la interacción entre personas dentro de un mismo sistema comunicativo, se ha podido desglosar a las redes sociales, en este caso Facebook, para comprender su funcionamiento e implicaciones que su uso ocasiona en las relaciones interpersonales.

Está claro que las nuevas tecnologías promueven procesos de interacción que trascienden las barreras de tiempo y espacio; los individuos se aíslan física y momentáneamente para relacionarse comunicativamente en un espacio virtual. Con respecto a la presencia de las redes virtuales y su incidencia en la comunicación humana, existen principalmente dos posiciones o discursos. Por un lado están los que argumentan a favor de las nuevas tecnologías, aquellos que las admiran y defienden, basándose en la idea de que son herramientas que facilitan el contacto entre personas. Sin ánimos de suponer vacío el debate sobre los efectos perjudiciales del uso de redes sociales, mediante esta postura se plantea la idea de que es necesario reconocer las posibilidades innovadoras de interacción que ofrecen estas nuevas plataformas de comunicación. En muchas formas, las nuevas tecnologías han

ampliado nuestro mundo social, se han creado nuevos niveles de relaciones interpersonales que antes no existían, en las que intervienen códigos y valores específicos para el mundo virtual.

Sin embargo, nunca faltan las posturas e investigaciones opositoras al uso desmesurado de tales redes. Es común escuchar sobre discursos “antitecnología”, en los que se fundamenta que los nuevos ambientes tecnológicos promueven la superficialidad y perjudican los vínculos y las relaciones sociales, pues la disponibilidad de tiempo destinada a las mismas se ve reducida.

### **III.1 Posturas opuestas**

#### **III.1.1 Discurso antitecnología/redes sociales**

El caso que más debate está generando en el momento es el de los jóvenes que pasan varias horas al día navegando en redes virtuales, pendientes todo el tiempo de colgar fotos, ver la vida de sus contactos por medio de un computador, es decir dedican gran parte de su día a estar conectados a Internet. Es una práctica que según varios psicólogos puede ser perjudicial, debido al carácter adictivo de la situación. El concepto de adicción que antes fluía básicamente en aspectos como drogas o alcohol o ludopatía, ahora está presente en el abuso de Internet. La “Internet Addiction Disorder” hace referencia al término propuesto por Ivan Goldberg para referirse al uso compulsivo de Internet (1995). Si un individuo se ve imposibilitado de conectarse y surge la irritabilidad junto a una preocupación permanente por volver a estar en el ciberespacio, se puede considerar un uso abusivo<sup>75</sup>. Son personas que probablemente comentan el gran problema en el que se hallan porque su perfil se ha borrado, o porque su relación *online* ha terminado.

Según el doctor José de Jesús González Núñez, director del Instituto de Investigación en Psicología Clínica y Social (México), precisa que existen algunos factores que delatan a

---

<sup>75</sup> Colaboradores de Wikipedia. *Ciberadicción*. Internet. <http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Ciberadicci%C3%B3n&oldid=41369526>>. Acceso: (22 de noviembre, 2010).



este padecimiento: Desconcentración, mal rendimiento, irritabilidad e intolerancia hacia los demás, problemas familiares (ocurren cuando los seres cercanos quieren que el joven o individuo deje Internet e interactúe con los demás, pero él tiene preferencia por continuar con su computadora), reducción en el número de amistades y por último malestar físico, que en casos severos, pueden presentarse dolores de cabeza o musculares debido a la tensión por posturas no adecuadas por pasar mucho tiempo sentado sin moverse<sup>76</sup>.

Situaciones como esta nos llevan a plantearnos la idea de si realmente estamos comunicados o simplemente conectados a una pantalla. Está claro que Internet y recursos como las redes virtuales permiten generar ciertas facilidades comunicativas mediante herramientas de opinión y mensajería como el chat. Pero por otro lado, existen estudios que apuntan al déficit de comunicación física como consecuencia del gran número de horas que las personas dedican a conectarse a la web.

Como se pudo comprobar en el capítulo anterior, algunas investigaciones han demostrado que el uso de redes sociales ocasiona que muchas personas se sientan menos comunicadas físicamente con sus amistades y contactos (según el estudio realizado por Harris Poll). En el caso del experimento llevado a cabo en la Universidad de Harrisburg en Pensilvania, este reveló la experiencia de un estudiante que sentía la necesidad de entrar en Facebook 21 horas al día y bloqueaba la entrada de nuevas publicaciones entre las dos y las cinco de la mañana para poder dormir un poco. Según otro estudio realizado por la Universidad de Stanford, California, se calculó que “por cada hora dedicada a Internet, disminuye en 23,5 minutos el tiempo de contacto personal y en 8,5 minutos el tiempo destinado a dormir”<sup>77</sup>.

Casos como estos reflejan una obvia adicción. Está claro que una persona que dedique tantas horas de su tiempo a revisar las actividades de su red virtual, tendrá menos tiempo para otro tipo de actividades, entre ellas relacionarse físicamente con otros.

---

<sup>76</sup> Mejía Rafael. *Adictos a internet*. Internet.

[http://elcofredelucia.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=664:adictosainternet&catid=35:losmedios&Itemid=49](http://elcofredelucia.com/index.php?option=com_content&view=article&id=664:adictosainternet&catid=35:losmedios&Itemid=49)>. Acceso: (22 de noviembre 2010).

<sup>77</sup> Jara Cristobal. *Prisioneras de Twitter y Facebook*. Internet.

<http://www.solomujer.cl/articulo.php?id=766>>. Acceso: (30 de noviembre 2010).

El IIPCS (El *Instituto de Investigación en Psicología Clínica y Social, México*) detectó en el 2010 a muchos fanáticos de las redes sociales que están extendiendo su esquema corporal al ciberespacio, sobre todo los adolescentes. Por citar un ejemplo, uno de los máximos logros es coleccionar felicitaciones de cumpleaños en sus Muros, o también dar extrema importancia la decoración de su página de perfil. No hay que olvidar la importancia que tienen las fotografías para estos usuarios, ya que “ellos perciben que la red social ya forma parte de su propia imagen, es decir, es una extensión de su personalidad. Es como si la red, fueran ellos mismos, así que se tiene la fantasía errónea de estar siempre presentes aunque estén ausentes”<sup>78</sup>. Este fenómeno sucede ya que son páginas web que permiten construir una identidad y modificarla a nuestro antojo, ya sea una extensión de nuestra propia identidad o la de otro, que ese caso podría analizarse como un juego de dobles personalidades. Podría hablarse de la identidad digital y la identidad real. Sin embargo, como se analizará más adelante, las dos son parte de lo real, pues lo que sucede en lo virtual también es parte de la realidad. Sin embargo, el “yo” online puede tener diferencias con el “yo” *offline*. Lo interesante de la cuestión es que si convivimos con dos identidades, o una sola pero dividida en dos dimensiones, física y virtual, ¿puede suceder en algún momento nos inclinemos más hacia una u otra? De hecho sí sucede como se ha constatado en el ejemplo anterior. Este aspecto nos remite justamente al tema de los avatares.

### **III.2 Avatares y proyecciones virtuales del “Yo”**

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, el ser humano se ha esforzado intensamente por tratar de desarrollar métodos y programas que faciliten la comunicación a distancia a través de un computador. La finalidad es poder llegar a sentir realmente la presencia de la otra persona, superando las barreras de espacio y tiempo. La comunicación por mensajes móviles puede ser muy limitada y no llega a cumplir con el objetivo. Es por ello que la creación de avatares, tanto para los juegos en red como en las redes sociales virtuales, está

---

<sup>78</sup> 4 adicciones a las redes sociales. Internet.

<http://www.cnnexpansion.com/tecnologia/2010/05/31/facebook-twitter-adicto-expansion-mexico>>. Acceso: (23 de noviembre 2010).

directamente relacionada a los procesos de interacción, pues consiste en un paso más hacia el desarrollo de la comunicación *online*.

Se ha explicado antes que un avatar puede ser una foto de perfil, un dibujo o una animación de uno mismo. Produce simplemente una aproximación general del cuerpo real, pero es sorprendente lo fácil que es empezar a considerarlo como un ser humano. Al ser un personaje que se puede crear con las características de nuestra preferencia, agregando distintos peinados, atuendos, color de piel, etc, estamos generando una representación de nosotros mismos en un espacio virtual. La finalidad del avatar no es representar a alguien que no somos, sino lo contrario, proyectar la animación o imagen con la mayor similitud a la apariencia de uno mismo. A través de esta imagen los demás nos reconocerán e identificarán, por lo tanto con un avatar se busca comunicar quiénes y cómo somos.

Sabemos que las redes virtuales son sistemas que generan interacción y sociabilidad, tanto así que actualmente las relaciones humanas ya no solo se forjan en contextos físicos, es válido afirmar que las relaciones se están construyendo constantemente tanto en un nivel presencial como virtual. Sucede exactamente lo mismo con nuestras identidades, se construyen y elaboran en estos dos ámbitos. Es como si partiendo de nuestro “yo”uviésemos que encargarnos también del “yo” virtual prolongado y así mantener una serie de relaciones ya no solo basadas en la experiencia física sino por medio de un avatar, fotografías, mensajes de texto, etc. Es un ir y venir entre construcciones y deconstrucciones de un yo, un otro y un nosotros. Pero como se vio en los casos anteriores, se puede caer en la problemática de preferir o dar mayor atención a la interacción virtual más que a la presencial, lo cual puede desembocar en comportamientos sedentarios y anti sociales en el mundo físico.

### **III.3 Otras posturas a favor de las redes sociales virtuales**

Cierto es que el tema de las redes sociales ha causado varios debates en lo que respecta a las relaciones interpersonales virtuales vs las cara a cara; se ha reflexionado sobre lo adictivo y desventajoso que puede ser formar parte de una de ellas. Sin embargo, es necesario revisar otros aportes que apunten hacia hechos más a favor de la comunicación en el ciberespacio, ya

que permanecer con una visión apocalíptica y pesimista sobre las redes virtuales y nuevas tecnologías consiste en un discurso cerrado.

Una investigación realizada por Forrester y Citrix Online ofrece una visión interesante e inesperada sobre la influencia de los llamados “social media”<sup>79</sup> en actividades cotidianas como el trabajo.

Normalmente se pensaría que las personas de la Generación Y (incluye a los nacidos entre 1982 y 1993 mundialmente), por ser más activas en el uso de redes virtuales y nuevas tecnologías son más proclives a ciertos comportamientos menos sociables o a actividades sociales. Sorprendentemente, la investigación de Forrester y Citrix Online descubrió algunos aspectos que desmitifican aquellas suposiciones.

En primer lugar, se comprobó que la Generación Y es menos propensa a compartir información vía mensajes de texto, video conferencia o chat en ambientes de trabajo. Los datos reflejaron que tan solo el 26% manda información sobre el trabajo por mensaje de texto, comparado con un 47% de edades superiores a los 55 años (Generación X). En la mayoría de los casos no consideran eficaz o apropiado comunicarse con colegas y superiores por medio de servicios como estos, cuando los sistemas de comunicación interna y el correo electrónico sirven perfectamente a estos fines<sup>80</sup>.

Se comprobó también que tan solo un 40% de personas pertenecientes a la Generación Y utiliza redes como Facebook, Twitter o LinkedIn para los negocios, mientras que un 50% de personas sobre los 55 años las utilizan. Este es un descubrimiento interesante, pues se pensaría que la generación más joven es la pionera en el uso de redes sociales y comunicaciones instantáneas. Aun así, el hecho de que no utilicen estas herramientas para estos propósitos específicos no significa que no las usen para otro tipo de actividades o propósitos personales o de socialización.

---

<sup>79</sup> Son medios de comunicación para la interacción social que utilizan las tecnologías basadas en la web.

<sup>80</sup> Whittaker Zack. *Forrester study on Generation Y: Social media myths debunked?*. Internet. <http://www.zdnet.com/blog/igeneration/forrester-study-on-generation-y-social-media-myths-debunked/6701>>. Acceso: (9 de noviembre 2010).

A pesar de que estos datos desmitifican algunas aseveraciones sobre los efectos de redes sociales en las generaciones jóvenes, cabe mencionar un dato adicional curioso e incluso contrapuesto a los mencionados anteriormente, que de nuevo nos traslada a pensar que tal vez las redes virtuales sí ocasionan variaciones en ciertos comportamientos básicos de la interacción. Una de las conclusiones reveladas en la investigación indicó que las personas pertenecientes a la Generación Y utilizan menos el contacto visual en las reuniones. 79% de los mayores de 55 y por encima sienten que el contacto visual es importante a diferencia del 65% de la Generación Y. Por otro lado, según un estudio realizado por la Universidad de Stanford, California, se calculó que “por cada hora dedicada a Internet, disminuye en 23,5 minutos el tiempo de contacto personal y en 8,5 minutos el tiempo destinado a dormir.”

Además de encontrarnos ante estos datos paradójicos, existen otras constataciones interesantes acerca de los fenómenos comunicativos en las redes virtuales. Barry Wellman, investigador de sociología empírica de las comunidades de Internet desde la Universidad de Toronto, descifró la manifestación relacional de las redes virtuales e Internet desde una perspectiva distinta a las tradicionales. Él afirma que las redes de relaciones humanas presenciales se proyectan y amplifican en las comunidades virtuales. Al intentar medir la influencia de Internet sobre la sociabilidad, se encontró con que cuanto más red social física se tiene, más se utiliza el Internet y cuanto más se utiliza Internet, más se refuerza la red física que se tiene. En otras palabras es lo que él llama “cuanto más es más”<sup>81</sup>.

Con respecto a esta afirmación, es apropiado considerar que las redes virtuales son instrumentos que desarrollan pero no cambian los comportamientos, más bien los comportamientos se apropian de estos sitios y, por lo tanto, pueden potenciarse o amplificarse a partir de lo que son. Si una persona tiene muchas amistades e interactúa físicamente de manera constante con aquellos contactos, es más probable que en una red virtual sus relaciones se multipliquen. En este caso, a través de la interacción virtual los lazos íntimos que

---

<sup>81</sup> Dirección General de Salud Pública del Gobierno de Aragón. *Seminario Pantallas Sanas TIC, salud y vida cotidiana*. Internet.  
[www.portal.aragon.es/.../SALUDPUBLICA/.../Pantallas%20Sanas/SEMINARIO+PANTALLAS+SANAS+CON+PORTADAS.PDF](http://www.portal.aragon.es/.../SALUDPUBLICA/.../Pantallas%20Sanas/SEMINARIO+PANTALLAS+SANAS+CON+PORTADAS.PDF)>. Acceso: (20 de noviembre, 2010). p. 58.

existen a partir de la relación física pueden fortalecerse y al mismo tiempo pueden surgir otros lazos débiles.

#### **III.4 Las redes sociales como medios compensatorios de interacción**

Manuel Castells profundiza en este tema afirmando que hay individuos y grupos de fuerte sociabilidad en los que es correlativa la sociabilidad real y la virtual y viceversa. En casos de débil sociabilidad real, Internet y las redes sociales pueden proporcionar efectos compensatorios para salir del aislamiento relativamente<sup>82</sup>. A diferencia de este análisis, lo que han hecho muchos estudios es simplemente constatar que se trata de individuos que utilizan demasiado Internet, que están aislados socialmente, por lo tanto Internet aísla. Para Castells el proceso es distinto: se usa Internet como medio para aquellas personas aisladas.

En realidad, las redes sociales sí pueden desempeñar un papel crucial en el desarrollo global de la persona. Por medio de ellas, los individuos alcanzan importantes estímulos sociales que favorecen su adaptación al entorno relacional. Por lo tanto, el contacto virtual no es el problema, sino que la dificultad aparece cuando la intencionalidad de ese contacto está anclada a una desvinculación de lo social directo, ya sea por miedo o por inseguridad. Cuando ese es el motor de una relación virtual debemos asumir un grado de dificultad para vivir la vida que ocurre diariamente en el mundo exterior<sup>83</sup>.

En la realidad *offline* las personas creamos relaciones interpersonales por una coincidencia física, es decir, tenemos que relacionarnos y comunicarnos con las personas con las que convivimos en el trabajo, el hogar, etc. Pero en las comunicaciones *online* el proceso de interacción y sociabilidad es electivo: cada uno decide con qué tipo de usuarios relacionarse, dependiendo de intereses personales, afinidades, u otras necesidades. Este es otro factor por el cual, para muchos, las redes sociales virtuales son facilitadoras de la socialización. Para personas normalmente antisociales, estos sitios web pueden representar una ayuda al momento de intentar compensar la falta de comunicación física con la comunicación

---

<sup>82</sup> Ibíd. p. 58.

<sup>83</sup> Jara, Op.Cit.

virtual. Este tipo de usuario se enfrenta a una comunicación mediada, que le permite elegir cuándo y con quiénes interactuar en un espacio donde no interviene el contacto físico coincidental ante el cual no se siente cómodo. Por lo tanto es posible que en algunos casos, los medios que se utilicen para mantener relaciones virtuales estén propiciando un ambiente favorable para llevar a cabo relaciones presenciales.

### **III.5 Enfoque analítico**

Ahora bien, se ha expuesto la perspectiva de aquellos discursos que apoyan el uso de las redes sociales, así como la de los que las consideran dañinas para las relaciones humanas que ellas generan. Sin embargo, basándonos en el estudio efectuado en el capítulo anterior, es pertinente afirmar que el mundo virtual de contactos en las redes sociales no logra suplantar a las relaciones interpersonales físicas.

Se ha comprobado, que en el mundo virtual no existe un equilibrio entre el contenido y el lado referencial del mensaje, pues se suprime la gestualidad y casi toda la interacción funciona a base de lenguaje escrito. En consecuencia, el texto tiene que ser más concreto y preciso por la brevedad que los mensajes requieren. Pero aun así el espacio para mantener conversaciones largas y duraderas es escaso. El chat es quizá la herramienta que más se asemeja al diálogo cara a cara, dado que permite la instantaneidad. Pero los códigos en la comunicación mediante el chat son distintos. Es más difícil desprenderse de una conversación presencial que por chat, en la que respondo cuando quiero y no respondo cuando no quiero sin que esto implique consecuencias negativas en la relación, ya que son actitudes aceptadas en ese medio. Por otro lado, durante la interacción a través del chat interfieren otras actividades que realizan los usuarios individualmente: pueden estar chateando, leyendo noticias, escribiendo correos, haciendo múltiples tareas. Por lo tanto, requieren de más tiempo para responder la cadena de mensajes. Debido a esto las conversaciones pueden extenderse por horas aunque mantengan el mismo esquema de mensajes breves.

Según los axiomas de la teoría de la comunicación humana, en toda interacción está presente la comunicación digital y analógica. Sin embargo, este axioma apenas se cumple en

el caso de la interacción por medio de redes virtuales. No existe un balance equitativo entre comunicación digital y analógica, por más aplicaciones y recursos que existan, hasta el momento ninguno ha conseguido reemplazar completamente los factores paralingüísticos de la comunicación (mensajes analógicos). La tonalidad de la voz, la gestualidad no acompañan los mensajes en un medio virtual. El contexto donde se da la interacción también define el tipo de relación; en el mundo físico existen una variedad indeterminada de contextos y situaciones, mientras que una red virtual toda la comunicación se genera en el mismo espacio, por lo tanto es el mismo contexto dado para todos los usuarios. Es decir, todos mantienen un único lenguaje analógico, por lo tanto es mucho más complejo determinar el tipo de relación existente. Se trata de sitios web donde basta con los emoticones para expresar un sentimiento, pero este medio es insuficiente para expresar todo lo que las personas somos, con nuestra complejidad y profundidad de emociones, puesto que tenemos distintos niveles de alegrías y tristezas, que al transmitirse físicamente por medio de la palabra y la corporalidad, se conforman como mensajes completos en toda su esencia.

Por medio de las redes sociales virtuales, las distancias se acortan pero simultáneamente se incrementan. El hecho de tener la posibilidad de interactuar constantemente en línea, puede ocasionar que prescindamos del contacto personal y la interacción física, la expresión de los afectos y emociones puede direccionarse casi exclusivamente al ámbito virtual. En cierto modo, la relación virtual se limita a “mi pantalla y yo”, físicamente el sujeto está solo, no habla con nadie, solo escribe a través de su computadora esperando respuestas en el ciberespacio. Si bien puede acceder a un sinnúmero de contactos y “amistades” a través de la red, sentirse acompañado y comunicado, dado que este es un espacio alternativo donde se abren opciones para surgimiento de nuevas relaciones, no se logran vínculos profundos generadores de confianza.

Según Manuel Castells, lo que ocurre es que Internet y las redes sociales son adecuadas “para desarrollar lazos débiles, para crear lazos débiles, pero no son aptas para crear lazos fuertes, como media, y es excelente para continuar y reforzar los lazos fuertes que



existen a partir de relación física”<sup>84</sup>. Esto presenta un conflicto, pues el usuario puede caer en el conformismo de que si ya se es amigo de alguien en Facebook y se tiene contacto a través de la red, ya no hace falta el constante encuentro físico.

Es importante mencionar también el tema de la privacidad de contenidos, ya que de una manera u otra, tiene efectos sobre el tipo de comunicación que se maneja en las redes virtuales. En el caso de Facebook, nos encontramos ante una red que legalmente tiene la potestad de adueñarse y vigilar los perfiles, conversaciones y fotografías de casa usuario. Este fenómeno es comparable al caso hipotético de que en un día cualquiera nos encontráramos con alguien para mantener una conversación y existiera detrás una cámara oculta que continuamente estuviera analizando y grabando todos nuestros movimientos, mensajes, gustos, etc, y examinando al mismo tiempo nuestra personalidad. Es por ello que la comunicación en este tipo de redes no mantiene un orden unidireccional, los contenidos “privados” no son privados, personas desconocidas pueden tener acceso a ellos al igual que varios usuarios en nuestra lista de contactos.

Partiendo de este punto, resulta obvio afirmar que las redes virtuales no reemplazan la interacción personalizada entre dos individuos, pues casi todo el material es puesto en pantalla de muchos, por lo que al fin de cuentas, la privacidad es nula. Aquella pantalla se convierte en una superficie de entretenimiento, donde el juego consiste en enterarse de la vida de los demás, sin la necesidad de tener directo contacto físico, o también al contrario, hacer de la vida de uno una acción exhibicionista, partiendo de la creación de una imagen atractiva que interese a un grupo.

Se coleccionan comentarios de otros, sus saludos y felicitaciones, y dicha recopilación constituye una hoja de presentación de los usuarios que mide incluso su popularidad o estatus en la red. Cabe mencionar además que frecuentemente la popularidad física va de la mano de la popularidad virtual. Tan es así, que aflora la preocupación por presentar imágenes favorables de uno mismo, adquiriendo de esta forma la imagen una relevancia desmesurada. Consecuentemente nos topamos con fotografías que con frecuencia son retocadas en

---

<sup>84</sup> Manuel Castells. *La sociabilidad en Internet*. Internet.  
[http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/m\\_castells7.html](http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/m_castells7.html)>. Acceso: (24 de noviembre 2010).

Photoshop, las mismas que no siempre se corresponden con la realidad. En el mundo virtual es fácil el querer aprovechar la oportunidad de modificar una apariencia indeseada para volverla deseada o atractiva.

Especializada en relaciones en Internet y la construcción de la identidad, la psicóloga Sherry Turkle, del Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT), afirma en su libro *La vida en pantalla* que la virtualidad genera una "cultura de la simulación donde las relaciones y hasta la propia identidad se vuelven virtuales. *Yo puedo ser otro*: si soy tímido, puedo ser simpático; si soy varón, puedo ser mujer; si soy adolescente, puedo ser adulto”<sup>85</sup>.

Actualmente las redes sociales fomentan el desarrollo de una comunicación híbrida que une el espacio físico con el virtual. Sin embargo, no todos los tipos de relaciones se hallan dentro de dicho fenómeno, pues las relaciones complementarias se ven con frecuencia reducidas e incluso excluidas del campo virtual. Es como si existiera un afán de ocultar o no involucrar a las relaciones complementarias, por ejemplo de padre e hijo, dentro de un espacio donde predominan las relaciones simétricas. De acuerdo a las entrevistas realizadas, se pudo constatar que el usuario por lo general no integra sus contactos familiares (padres, tíos) en su lista de amigos.

Por otro lado, el nivel de compromiso en las relaciones *online* es escaso y casi imperceptible; es un sistema que ofrece recursos que nos permiten “quedar bien” con los demás. Esto se puede constatar por ejemplo, al escribir comentarios en el Muro. Los usuarios se convierten en simpatizantes de una comunicación basada en la prontitud y la abreviación para transmitir mensajes eventuales que dan indicios de una amistad activa, pero a la vez frecuentemente desinteresada por mantener una relación presencial con dichos contactos. Es lo que sucede en el caso de las felicitaciones de cumpleaños: si te escribo por Facebook quedo bien contigo, pero probablemente si no existiera este medio, no me comunicaría ni telefónicamente para felicitarte. Cabe la pregunta, ¿relaciones ficticias? ¿podemos llamar a esto amistad?

---

<sup>85</sup> Dillon Alfredo. *Identidades y relaciones virtuales*. Internet.  
<http://www.myriades1.com/vernotas.php?id=554&lang=es>>. Acceso: (30 de noviembre 2010).

### III.5.1 Distinta noción de amistad

¿Es más conveniente entonces el contacto virtual? De cierto modo sí puede ser más conveniente, ya que las redes sociales se prestan a la posibilidad de que el usuario interactúe desde el anonimato, no resulta raro toparse con individuos que manejan una personalidad y estatus ficticios *online*. Lo cual resulta cómodo, pues se valora como una forma segura y fácil de establecer contactos, al igual que existe la facilidad de eliminarlos; con un solo click se logra sacar del espacio virtual a la persona que no satisface las expectativas del usuario. Por otro lado, en estas redes es simple poder controlar el nivel de implicación en las relaciones, gracias a que hay las opciones de “me conecto o me desconecto”. Podría pensarse que estos elementos actúan como materia de apoyo para el individualismo en la red.

La virtualidad rompe con la etiqueta convencional de la comunicación interpersonal. Como se ha mencionado antes, si se escribe un comentario a un usuario y este decide no responder, no pasa nada del otro lado de la relación, pues consiste en un código de comportamiento plenamente aceptado o tolerado. Si se visualiza la misma situación en el caso de un encuentro con un conocido en la calle, la acción de no devolver el saludo o no responder sería vista como signo de mala educación y probable motivo de terminación de esa relación. Es un aspecto diametralmente opuesto a las relaciones virtuales, donde es plenamente aceptado el hecho de que el sujeto tenga sus momentos personales en los que no desee dialogar, difícilmente un usuario se sentirá ofendido por ello. Ejemplos como este nos lleva a pensar que en las redes sociales existe una sobrevaloración de la individualidad.

Estos aspectos nos remiten a la nueva o distinta noción de amistad que se genera mediante la virtualidad. Sabemos que hoy en día, la amistad ya no solo esta presente en las relaciones físicas, sino que consiste en un fenómeno virtual que, de una forma u otra, ha conseguido transformar el mundo de las relaciones interpersonales. Por medio de internet y a través de redes tales como Messenger, Twitter, Facebook, Fotologs, chats en línea y otros, este fenómeno se expande con mayor frecuencia comparado con épocas anteriores, cuándo la tecnología era menos avanzada.

El ser humano siempre ha sentido la necesidad de generar vínculos de amistad donde rijan la empatía, la confianza y la fidelidad. Este anhelo constituye un factor primordial para el propio desarrollo personal y emocional. Son tipos de lazos sentimentales que surgen naturalmente durante las distintas etapas de desarrollo social y que se diferencian mucho de las relaciones instauradas en el núcleo familiar. Sin embargo, la amistad virtual se genera y se desarrolla en condiciones poco similares a las tradicionales.

Una característica definitoria de la amistad virtual es el elevado grado de dominio que posee cada sujeto en las relaciones, tanto para iniciarlas como para romperlas con una facilidad sorprendente. Existe un botón específico para ambas opciones. Definitivamente las implicaciones emocionales de este tipo de amistad difieren mucho de las físicas. Las personas normalmente tenemos un número reducido de amistades muy cercanas y a aquellos individuos que no entran en ese círculo se los llama “conocidos” y suelen ser una mayoría entre nuestros contactos. Mientras que en las redes sociales cualquiera puede hacerse llamar nuestro “amigo”, pues es el concepto que se maneja para todos los contactos, cercanos o lejanos. Así pues, la palabra amigo dentro de lo virtual posee un menor peso sentimental y de exclusividad. Por otro lado, al terminar una relación de amistad en un sitio web, dicha acción tiene, emocionalmente, menos importancia que un rompimiento con un amigo cara a cara. Incluso es posible que el usuario no se entere de tal acción, pues difícilmente una persona tiene constante conocimiento de quién permanece en su lista de amigos y quién deja de pertenecer a ella.

Entra también en cuestión el tema de la confianza, un elemento que por lo general es definitorio en las relaciones humanas. Es preciso mencionar que las redes sociales no prometen ninguna certeza en cuanto a confiabilidad y en consecuencia las relaciones que en ellas se generan, difícilmente pueden alcanzar un grado de mucha seguridad y confianza. En el mundo virtual siempre existe la incertidumbre de no saber quién está del otro lado de la pantalla, puede ser la persona que uno cree como puede no serlo. A partir de este asunto surge otro elemento a considerar; en las redes sociales predomina el lenguaje escrito y por lo tanto, este escenario se presta para la opción de que se dé un mal uso de la información que se transmite. A diferencia de una relación de amistad basada en la oralidad y el encuentro físico, en los sitios web de contactos los mensajes quedan escritos y es más difícil retractarlos o

eliminarlos. Esto puede generar un temor, pues antes de poner una información se deberá pensar bien en lo que se está comunicando. El medio no garantiza nada, pues la lógica detrás de todo el sistema funciona de manera que sea una comunicación abierta a ser leída por muchos. Conforme a estos planteamientos, se puede asegurar que las relaciones de amistad generadas a través de las redes virtuales no ofrecen una base de confiabilidad.

Se dice que la forma más simple de conservar una amistad, es manteniendo contacto frecuente con nuestros amigos. Por lo tanto, si frecuentemente se alimenta la relación con nuestros amigos virtuales, también se está preservando una amistad, pero que deja de lado todas las emociones físicas que surgen del contacto.

Por otro lado, está el asunto de la intimidad. Aún en el caso del chat, es complicado que exista intimidad en las relaciones a través de un computador, pero lo que sí es muy factible es que a raíz de un encuentro *online*, se genere una relación íntima físicamente. Se podría decir que, a lo que la intimidad emocional respecta, una red virtual sí puede contribuir a su desarrollo, pues el lenguaje escrito sirve bien al finalidad de expresar los sentimientos, en este caso vía mail o chat, algo totalmente válido y positivo. Sin embargo, en las relaciones humanas están presentes también otros niveles de intimidad, como por ejemplo el sexual o erótico. Es probable que al compartir fantasías románticas y sexuales a través de la red la atracción pueda ser igual de intensa, pero sin el encuentro físico, todo se traduce a una proyección de la otra persona. A través de las redes, todos pueden sentir atracciones, pero tan solo hacia una persona imaginada a partir de nuestras preferencias. En el libro *La sociedad red Volumen II*, se plantea también la idea de que este fenómeno sucede debido a que cada vez es más temeroso el contagio y la agresión personal, por lo que la gente busca alternativas para expresar su sexualidad y, “en nuestra cultura de sobreestimulación simbólica, la comunicación a través del ordenador ofrece sin duda vías para la fantasía sexual, sobre todo siempre y cuando la interacción no sea visual y las identidades puedan ocultarse”<sup>86</sup>.

---

<sup>86</sup> Manuel Castells. *La Era de la Información. Vol. II: La Sociedad Red*. México, Distrito Federal: Siglo XXI Editores. 2002. Página 394.

Como podemos ver, este tipo de plataformas permiten la posibilidad de superar los tradicionales límites de lo real, con la posibilidad de crear un “falso yo” o “segundo yo”, que nos permite actuar sin padecer las consecuencias de las equivocaciones. Es decir, estos medios tecnológicos facilitan la posibilidad de dar rienda suelta a los impulsos, sin considerar las consecuencias que esto acarrearía en la vida *offline*<sup>87</sup>.

Sin embargo, a pesar de los argumentos y opiniones expuestas, es importante aclarar que el hecho de que las relaciones interpersonales en las redes sociales no funcionen con los mismos esquemas comunicativos que las presenciales, no significa que no pueda existir un intercambio real y verdadero de pensamientos que desemboquen en la comprensión y el entendimiento entre unos y otros.

### **III.5.2 Realidad virtual o virtualidad real**

Con frecuencia se habla de la realidad en contraparte con la virtualidad. Es común escuchar frases como: “Las relaciones virtuales son peores/mejores que las relaciones de la vida real”. Es un hecho que los videojuegos, los chats y la web en general parecen empezar a sustituir la vida “normal” de los seres humanos, planteando así la dicotomía entre lo virtual y lo real. Sin embargo, ¿es correcto considerar la experiencia virtual como algo ficticio o no real?

Muchos han intentado definir cuál es el horizonte de lo real, un concepto principalmente debatido en el campo de la filosofía. Sin necesidad de ir más allá de las definiciones elementales de realidad, podemos decir que ésta consiste en “lo que es efectivo o tiene valor práctico, en contraposición con lo fantástico e ilusorio”<sup>88</sup>. En otras palabras, la realidad es el conjunto de las cosas existentes, como así también de las relaciones que estas

---

<sup>87</sup> Dillon, Op.Cit.

<sup>88</sup> “*Real*”. Diccionario de la Real Academia Española. Internet.

[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=real](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=real)>. Acceso:

mantienen entre sí<sup>89</sup>. Al tener en cuenta estas definiciones, es válido aseverar que no existe tal división entre realidad y virtualidad.

Al tratar este tema, es pertinente mencionar la visión de Manuel Castells sobre la “virtualidad real”. El autor afirma que los sistemas de comunicación por Internet, son espacios en los que “la misma realidad (esto es, la existencia material/simbólica de la gente) es capturada por completo, sumergida de lleno en un escenario de imágenes virtuales, en el mundo de hacer creer”<sup>90</sup>. Se trata de un mundo en el que las apariencias no están sólo en la pantalla por medio de la cual se comunica la experiencia, sino que se convierte en la experiencia. Por lo tanto, aquella visión divisoria, no es más que una intención de contraponer dos mundos que se compenetran dentro del mismo concepto de realidad. No es apropiado tachar de falsas o ficticias las acciones que se suceden en el ciberespacio, o a las relaciones generadas en redes sociales, pues en medida de que en ellas intervienen los elementos sensoriales del ser humano, son tan reales como las del mundo físico.

Podría decirse que las acciones efectuadas en la virtualidad son simplemente representaciones simbólicas de las que ocurren en el mundo externo. Todas las formas de comunicación están basadas en la producción de símbolos y signos, por lo tanto, no hay tal separación entre realidad y representación simbólica. Es por ello que Castells hace énfasis en demostrar que no debería denominarse “realidad virtual”, sino “virtualidad real”, ya que la realidad, tal como se la percibe por medio de los sentidos, también puede ser virtual. Es aquella que se construye entorno a la integración electrónica de todas las formas de comunicación.

Gracias a recursos como el chat, que pueden incluir opciones de voz y video, aquella virtualidad real se asemeja aún más a la física. Los avances tecnológicos tan vertiginosos hoy en día, siguen buscando maneras de sustituir la presencia de los sujetos por medio de

---

<sup>89</sup> “*Realidad*”. Diccionario On line Definición ABC. Internet. <http://www.definicionabc.com>>. Acceso: (30 de noviembre, 2010).

<sup>90</sup> Manuel Castells. *La era de la información. Economía, cultura y sociedad. Vol. I. La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, 1997. p. 405

elementos cibernéticos. La ciencia incluso ha llegado a tal punto que la idea de insertar dichos elementos electrónicos en nuestro cuerpo, no resulta algo descabellado o lejano al presente que vivimos. Se trata de la cultura Cyborg, otro de los temas en auge en nuestros días.

### **III.5.3 Comentario final**

Las redes sociales e Internet van más allá de ser herramientas buenas o malas. No hay por qué satanizar el uso de estos medios o a las relaciones virtuales, ni tampoco considerarlas como la manera más óptima para relacionarse. Sin embargo, es preferible que la reflexión sobre el tema se sitúe en la amplitud de posibilidades de comunicación e interacción que están emergiendo. Las redes virtuales consiguen establecer nuevas formas de relaciones con pares, cercanos o lejanos en el espacio y esta nueva manera de comunicarse tiene, como todo, sus ventajas y desventajas, lo importante es ser conscientes de ello.

Resulta positivo el poder tener una flexibilidad de adaptación a distintos ambientes, en este caso a espacios virtuales, pues en algunos casos, las redes sociales sí son facilitadoras de la comunicación y además permiten expandir nuestros contactos. Cuando más exitosa es la comunicación virtual, es cuando más ligadas están las tareas entre usuarios al intentar perseguir intereses comunes.

Es responsabilidad de cada uno darle el mejor uso posible a los medios virtuales y no pasar por alto los peligros en los que se puede caer. Fuera de esto nadie puede negar que Internet ha venido a facilitar la vida de muchos en los hogares y el trabajo al igual que ha proporcionado un sinfín de recursos para el entretenimiento y el aprendizaje. Quizá lo más relevante a considerar es la importancia de mantener una coherencia con uno mismo al relacionarnos a través de la web, es decir intentar mantener nuestra propia personalidad única con todos los usuarios y en todos los ambientes.



## CONCLUSIONES

1. Las interacciones que los seres humanos establecen entre sí, suceden también en espacios virtuales y pueden ser calificadas como procesos sociales. Así, las redes sociales virtuales permiten la existencia de relaciones interpersonales inmersas también en la vida cotidiana, además de la comunicación cara a cara.
2. Las redes sociales virtuales son sistemas de interacción, al igual que la familia, el colegio o cualquier grupo de individuos; pues los sistemas interaccionales poseen dos o más comunicantes en el proceso de definir la naturaleza de su relación. Además las redes sociales también funcionan con una variedad de códigos y reglas en su organización.
3. Los principales elementos comunicativos de las redes sociales virtuales son: el chat, las fotografías, el video y otras opciones de publicación de comentarios. Todos ellos se caracterizan por manejar un lenguaje breve y sintético. En el caso del “Muro de Facebook, este consiste en un vaivén de conversaciones mínimas, el área más importante en la que el usuario interactúa con otros.
4. Es imposible no comunicar, incluso en las redes virtuales, ya que, aunque no se respondan comentarios o se esté desconectado, siempre se está transmitiendo un mensaje.
5. La comunicación dentro de las redes sociales se constituye principalmente a base de texto o lenguaje escrito. Esta forma de comunicación expresa la parte de contenido en las relaciones virtuales. Dentro del contenido del lenguaje escrito también entran los emoticones; elementos fundamentales para transmitir emociones, o mejor dicho, suplantar las emociones físicas en un sitio virtual. Los usuarios pueden requerir de una mayor precisión en el lenguaje escrito, pues al sostener un diálogo no comparten una

misma situación de tiempo y espacio físico, y no pueden apoyarse en los recursos expresivos propios de la oralidad.

6. En cuanto a lo conativo en las redes sociales, los sitios virtuales constan de un espacio único para que se dé la comunicación, no existe variedad de indicadores contextuales. En estos espacios virtuales el tipo de relación entre contactos ya está establecida: Tomando el caso de Facebook, la relación preestablecida entre todos los usuarios es la de “amistad”.
7. En toda relación existe una comunicación digital y analógica. Sin embargo, ésta última escasea en las redes virtuales, ya que se fundamenta en la comunicación gestual. Los únicos elementos de una comunicación analógica se ven reflejados en el uso de emoticones y también por medio de las fotografías.
8. Las relaciones simétricas son predominantes en las redes sociales, ya sea entre amigos, pareja o entre profesionales, pues la gran mayoría de los usuarios cuentan con contactos virtuales de ésta índole. Las relaciones complementarias, como sería el caso de madre/hijo, o profesor/alumno, son menos comunes en las redes.
9. En la interacción inicial está presente la categorización de lo conocido o desconocido, lo cual sucede por medio de gestos de apaciguamiento, ofrenda o señalización ostentativa de intenciones. Sin embargo, al trasladarnos al mundo virtual, estas alternativas resultan imposibles, por lo tanto el proceso de categorización se modifica y se da con códigos distintos, principalmente mediante los elementos fotográficos. Mediante la imagen que aparece en el perfil de un usuario se lo definirá en primera instancia, tiene gran importancia en lo que se refiere a la identificación social.
10. Mediante el uso de redes sociales virtuales, tener amigos por todo el mundo y en grandes cantidades se vuelve una actividad muy simple. Los usuarios tienen la

posibilidad de interactuar desde el anonimato, desde este punto, eso facilita las relaciones mediadas por un computador y las mismas se convierten en formas más cómodas de interactuar que en el ámbito físico, pues se valora como una forma segura y fácil de establecer contactos, al igual que existe la facilidad de eliminarlos. Su uso también ha ocasionado que los usuarios interactúen menos con sus amistades cercanas de forma presencial.

11. En las redes sociales están presentes usuarios que usan los sitios sociales en intensos y cortos periodos de tiempo para flirtear, conocer gente nueva o entretenerse, también están los buscadores de atención; los que se unen a sitios sociales para estar al día de las actividades de sus contactos en la vida real; los que usan las redes para recuperar amistades y por último hay quienes tienden a usar los sitios de redes sociales con un único objetivo puntual.
12. La mayoría de usuarios de redes sociales tiene entre 18 y 35 años de edad y por lo general, usan estos sitios por motivos de comunicación, entretenimiento y para conocer gente nueva. Mientras que aquellos inseguros de participar en las redes virtuales tienen como preocupación el asunto de la seguridad de datos y privacidad. También están los que consideran estos sitios una pérdida de tiempo.
13. Es posible que las redes sociales sean motivo de un déficit en comunicación física como consecuencia del gran número de horas que las personas dedican a conectarse a la web. Se ha observado casos extremos de adicciones, aquellos que perciben que la red social ya forma parte de su propia imagen, es decir, es una extensión de su personalidad. En estos casos las personas pueden llegar a preferir la identidad virtual que la física, con la intervención de avatares.
14. las redes de relaciones humanas presenciales se proyectan y amplifican en las comunidades virtuales; si un usuario posee una amplia red física de contactos, tendrá

una mayor red en el espacio virtual. Igualmente, los lazos físicos pueden fortalecerse, pero los lazos débiles tienden a permanecer débiles. El mundo virtual también puede proporcionar relativamente efectos compensatorios para sujetos socialmente aislados. Por medio de ellas, los individuos alcanzan importantes estímulos sociales que favorecen su adaptación al entorno relacional.

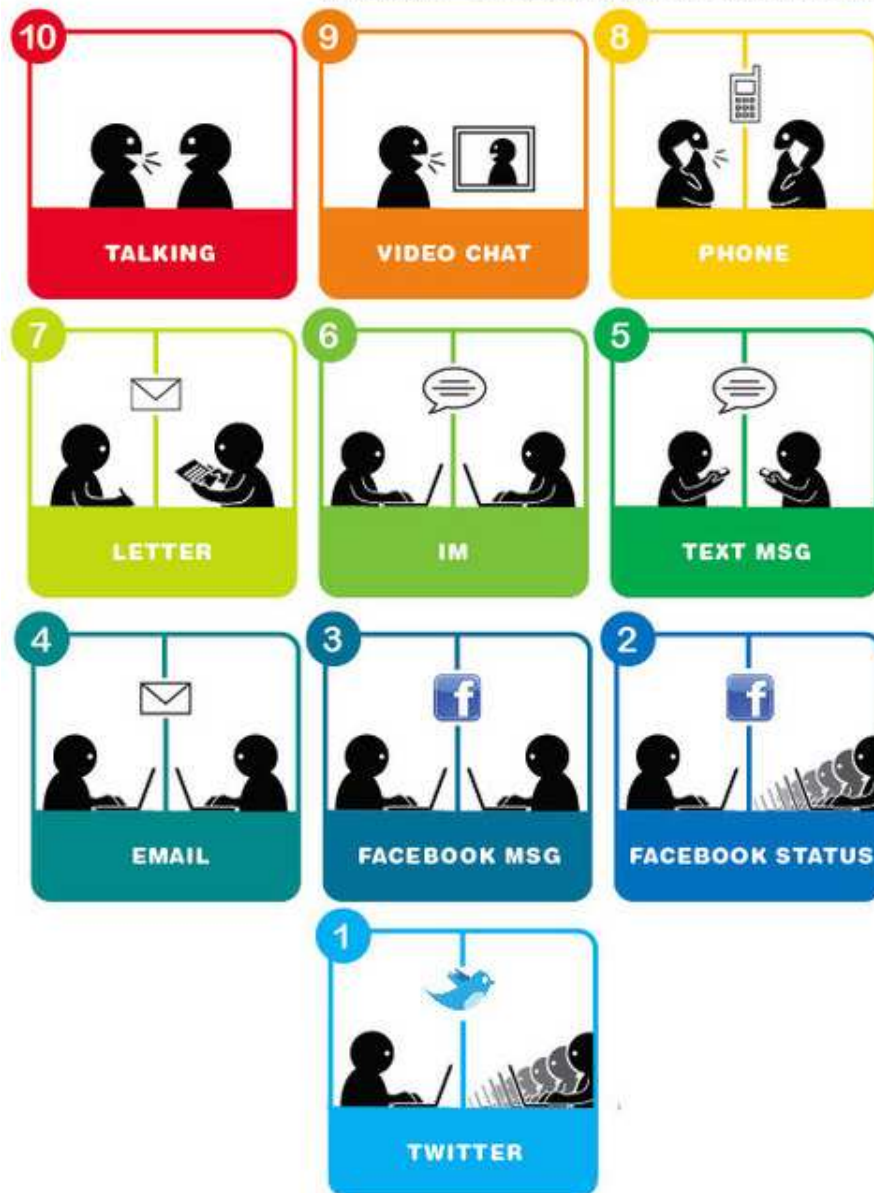
15. Las relaciones generadas en redes sociales no logran reemplazar a las relaciones interpersonales físicas, por motivos de confiabilidad en la identidad, falta de elementos paralingüísticos en la comunicación, diferentes códigos al relacionarse y también por la presencia de distintos conceptos de amistad y noviazgo que se han desarrollado a causa de la virtualidad.
16. La realidad también es virtual, en tanto que se la percibe por medio de los sentidos. Las relaciones generadas en redes sociales también son reales, pues al igual que en la realidad física, la virtual funciona con representaciones simbólicas; las apariencias de la pantalla se convierten también en experiencias, por lo tanto es válido considerar el término “virtualidad real”.

## **ANEXOS**

### **Preguntas de entrevista a usuarios de la red social Facebook:**

1. *¿Cuántas horas/minutos diarios dedicas a chequear tu cuenta en Facebook?*
2. *¿Por qué te gusta pertenecer a la red Facebook?*
3. *¿Consideras que las relaciones que mantienes en Facebook son estables y duraderas? Sí, no, ¿Por qué?*
4. *¿Qué te ofrece Facebook que no puedas encontrar en la comunicación presencial?*
5. *¿Entre todos tus contactos, qué porcentaje de todos ellos cumplen realmente con las característica de un amigo?*
6. *¿Cuál crees que es el concepto de amistad que se maneja en Facebook?*
7. *¿Encuentras alguna posible razón por la que cerrarías tu cuenta en Facebook? En el caso de encontrarla, cuál sería?*

## 10 LEVELS OF INTIMACY IN TODAY'S COMMUNICATION



91

<sup>91</sup> *Ten social media infographics, Internet.* <http://www.pamorama.net/2010/03/03/35-great-social-media-infographics/>. Acceso: (3 de diciembre 2010)

# Chicks Rule!

Gender balance on social networking sites

			%	M*
equality	LinkedIn		50	
	YouTube		50	
	deviantART		50	
	del.icio.us	♀♀	52	
matriarchy	hi5	♀♀♀	54	2.4
	flickr	♀♀♀	55	6.0
	friendfeed	♀♀♀	55	0.2
	twitter	♀♀♀	57	7.7
	facebook	♀♀♀	57	46
	Ning	♀♀♀	59	2.5
	gaia ONLINE	♀♀♀	61	0.3
	classmates.com	♀♀♀	64	2.2
	myspace	♀♀♀	64	27
	BUZZnet	♀♀♀	64	1.4
	TAGGED	♀♀♀	64	3.6
	bebo	♀♀♀	68	3.2
patriarchy	digg	♂♂♂	64	4.7

\* M = million more monthly female or male visitors

David McCandless // v1.1 // Oct 09

InformationIsBeautiful.net

US gender figures, Worldwide traffic figures  
source: BrianSotis.com, Google Ad Planner<sup>92</sup>

<sup>92</sup> In the world of social media, women rule. Internet. [www.briansolis.com](http://www.briansolis.com)>. Acceso: (19 diciembre 2009)

# Facebook, líder en Latinoamérica

Sólo **8 países** tienen  
más de **80%** hogares con

↑ Holanda 89.4%  
+ Suecia 87.8%  
Japón 86.9%

↓ India 5.2%  
Camerún 5%  
Bangladesh 2.5%



India Bangladesh Camerún 5%

Corea Japón Rusia China 2%

**20% - 25%** Hogares con

México Ecuador Colombia Perú Venezuela



**33% - 50%** Hogares con

Chile Uruguay Argentina Brasil



**80%** de acceso a Internet en solo **5 países**

Corea del Sur (94.8%)

Holanda (87.2%)

Suecia (86.8%)

Japón (83%)

Suiza (80%)

**33%** Argentina

**25%** Brasil Chile Uruguay

**10%** México Colombia Perú

Usuarios activos en redes sociales

por cada 1000



1-50

51-100

101-200

201-300

301-500



= % penetración de Facebook

Por @zahok para



clasesdeperiodismo.com

Nota: Estudio 2010 de la agencia EVERIS. Se estudió 44 países de los 5 continentes con información de 2005 al 2009.

93

<sup>93</sup> Facebook, líder en Latinoamérica. Internet. [www.clasesdeperiodismo.com](http://www.clasesdeperiodismo.com). Acceso: (enero 2011)



## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

¿Amor virtual?. Internet. [www.villageelastic.wordpress.com/2007/04/11/%C2%BFamor-virtual/](http://www.villageelastic.wordpress.com/2007/04/11/%C2%BFamor-virtual/)>. Acceso: (10 de agosto, 2010).

Balaguer Prestes, Roberto, *Amor online: refugios, resistencias e inicios posmodernos*. Internet. <http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=76>>. Acceso: (16 de agosto, 2010).

Cabanillas, Marta, *Las redes sociales nos hacen sentir más conectados pero también más solos*. Internet. [www.idg.es/iworld/noticia.asp?id=101494](http://www.idg.es/iworld/noticia.asp?id=101494)>. Acceso: (20 de agosto, 2010).

Castells, Manuel, *La Era de la Información. Vol. II: La Sociedad Red*. México, Distrito Federal, Siglo XXI Editores, 2002.

Castells, Manuel, *Internet, libertad y sociedad: una perspectiva analítica*. Número 4, Santiago, 2003.

Castells, Manuel, *La sociabilidad en Internet*. Internet. [http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/m\\_castells7.html](http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/m_castells7.html)>. Acceso: (24 de noviembre, 2010).

Castells, Manuel, *La era de la información. Economía, cultura y sociedad. Vol. I. La sociedad red*. Madrid, Alianza Editorial, 1997.

Costa, Joan, *Qué es la comunicación*. Internet. <http://www.terra.es/personal3/jcostass/cdi1.html>>. Acceso: (3 de abril, 2010).

Dillon, Alfredo, *Identidades y relaciones virtuales*. Internet. <http://www.myriades1.com/vernotas.php?id=554&lang=es>>. Acceso: (30 de noviembre 2010).

David de Ugarte, *El poder de las redes*, El Cobre, 2007, ISBN: 978-84-611-8873-4.

Dirección General de Salud Pública del Gobierno de Aragón. *Seminario Pantallas Sanas TIC, salud y vida cotidiana*. Internet.

[www.portal.aragon.es/.../SALUDPUBLICA/.../Pantallas%20Sanas/SEMINARIO+PANTALLAS+SANAS+CON+PORTADAS.PDF](http://www.portal.aragon.es/.../SALUDPUBLICA/.../Pantallas%20Sanas/SEMINARIO+PANTALLAS+SANAS+CON+PORTADAS.PDF)>.

Diccionario Enciclopédico Océano Uno. Barcelona, Ed.Oceano, 1989.

Diccionario de la Real Academia Española. Internet.

[http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=cultura](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=cultura)>.

Diccionario On line Definición ABC. Internet. <http://www.definicionabc.com>>.

Fernández, Lorena, *Taller de redes sociales virtuales*. Internet.

[www.loretahurwikispaces.com](http://www.loretahurwikispaces.com)>. Acceso: (20 de diciembre, 2009).

*Facebook, líder en Latinoamérica*. Internet. [www.clasesdeperiodismo.com](http://www.clasesdeperiodismo.com)>. Acceso: (10 enero, 2011).

Foro de discusión, *Amores por Internet ¿Sentimientos reales?*. Internet.

[www.forosdz.com/foro/discusiones-y-debates/286285-discusion-amores-por-internet-sentimientos-reales-14.html](http://www.forosdz.com/foro/discusiones-y-debates/286285-discusion-amores-por-internet-sentimientos-reales-14.html)>. Acceso: (3 de agosto, 2010).

Galindo, Jesús, *Sobre comunicología y comunicometodología. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible*. Internet. [www.geocities.com/arewara/arewara.htm](http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm)>. Acceso: (20 de Febrero, 2010).

Giles, Kike, *Estudio sobre redes sociales en el mundo- 2010*. Internet.

<http://www.kikegiles.com/2010/03/estudio-sobre-redes-sociales-en-el.html>>. Acceso: (15 de marzo, 2010).

Grupo de Facebook, *La amistad no es virtual. No al abuso del concepto amigo en Facebook*.

Internet. <http://www.facebook.com/group.php?gid=43131032690>>. Acceso: (1 de julio, 2010).

*In the world of social media, women rule*. Internet. [www.briansolis.com](http://www.briansolis.com)>. Acceso: (19 diciembre 2009)

Jara, Cristobal, *Prisioneras de Twitter y Facebook*. Internet. <http://www.solomujer.cl/articulo.php?id=766>>. Acceso: (30 de noviembre 2010).

Leiva, Javier, *Informe redes sociales*. Internet. <http://bibumu2.pbworks.com/f/INFORME+Redes+ Sociales.pdf>>. Acceso: (14 de marzo, 2010).

Mejía, Rafael, *Adictos a internet*. Internet. [http://elcofredelucia.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=664:adictosainter net&catid=35:losmedios&Itemid=49](http://elcofredelucia.com/index.php?option=com_content&view=article&id=664:adictosainter net&catid=35:losmedios&Itemid=49)>. Acceso: (22 de noviembre 2010).

Moreno, Manuel, *El 14% de la población mundial usa las redes sociales*. Internet. <http://www.trecebits.com/2010/09/01/el-14-de-la-poblacion-mundial-usa-las-redes-sociales/>>. Acceso: (6 de junio, 2010).

Mucchielli, Alex, *Psicología de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1998.

Office for communications (OFCOM). Actitudes y comportamientos en las Redes sociales. Internet. [http://www.cibersociedad.net/recursos/art\\_div.php?id=301](http://www.cibersociedad.net/recursos/art_div.php?id=301)>.

Otero & López, *Manual de Teoría de las Comunicaciones*. Internet. <http://www.lapaginadelprofe.cl/axiomas/axiomas.htm>>. Acceso: (1 de mayo, 2010).

Red social Sigo Joven. Internet. [www.SigoJoven.com](http://www.SigoJoven.com)>. Acceso: (7 de junio, 2010).

Rivero Jiménez, Javier, *Funciones del video online*. Internet. <http://www.xavs.es/2009/05/26/funciones-video-online/>>. Acceso: (5 de junio, 2010).

Salazar, Andrés, *Las parejas que se conocen a través de Internet ¿son más felices y duraderas?*. Internet. [www.relacionesparejavirtuales.blogspot.com](http://www.relacionesparejavirtuales.blogspot.com)>. Acceso: (15 de agosto, 2010).

*Ten social media infographics*, Internet. <http://www.pamorama.net/2010/03/03/35-great-social-media-infographics/>>. Acceso: (3 de diciembre 2010)

The Cocktail Analysis. *Observatorio de Redes Sociales*. Internet. [www.tcanalysis.com](http://www.tcanalysis.com)

*The Ultimate List: 300+ Social Media Statistics*. Internet. <http://www.xyp.py.com/article/9289/The-Ultimate-List-300-Social-Media-Statistics>>. Acceso: (6 de junio, 2010).

Universidad Sheffield Hallam. *La cantidad hace popular en las redes sociales*. Internet. [www.233grados.com/blog/2010/04/influencia.html](http://www.233grados.com/blog/2010/04/influencia.html)>. Acceso: (19 de abril, 2010).

Villanueva Mancilla, Eduardo, *Comunicación interpersonal en la era digital*. Bogotá, Ed. Norma, 2006.

Watzlawick, Paul, *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona, Editorial Herder, Quinta edición, 1986.

Whittaker, Zack, *Forrester study on Generation Y: Social media myths debunked?* Internet. <http://www.zdnet.com/blog/igeneration/forrester-study-on-generation-y-social-media-myths-debunked/6701>>. Acceso: (9 de noviembre 2010).

Wikipedia La enciclopedia libre, Internet. [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

Zamora, Marcelo, *Redes sociales en Internet*. Internet. [www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/](http://www.maestrosdelweb.com/editorial/redessociales/)>. Acceso: (4 de abril, 2010).

Zanoni, Leandro, *El imperio digital*. Buenos Aires, Ediciones B Argentina S.A. , 2008.

*Las relaciones virtuales, el síndrome Emma Bovary*. Internet. [www.sociologiac.net/2008/07/21/las-relaciones-virtuales-amorosas-en-2055-el-sindrome-emma-bovary/](http://www.sociologiac.net/2008/07/21/las-relaciones-virtuales-amorosas-en-2055-el-sindrome-emma-bovary/)>. Acceso: (15 de agosto, 2010).

*Las redes pueden dominar la vida.*

Internet.[www.ecuadorciencia.org/noticias.asp?id=9554&fc=20100924](http://www.ecuadorciencia.org/noticias.asp?id=9554&fc=20100924)>. Acceso: (20 de agosto, 2010).

*4 adicciones a las redes sociales.* Internet.

<http://www.cnnexpansion.com/tecnologia/2010/05/31/facebook-twitter-adicto-expansion-mexico>>. Acceso: (23 de noviembre 2010).